

Administração, Empreendedorismo e Inovação

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Administração, Empreendedorismo e Inovação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação [recurso eletrônico] /
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo
e Inovação; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-314-9

DOI 10.22533/at.ed.149190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este primeiro volume é composto por vinte e três capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “Comprometimento e Satisfação no Trabalho em uma Instituição Filantrópica de Apoio à Criança com Câncer” e objetivou compreender a relação entre a satisfação dos colaboradores e o comprometimento com o trabalho em uma Instituição Filantrópica na cidade de João Pessoa – PB, que tem como missão cuidar de crianças portadoras de câncer. O segundo capítulo tem como título “Como a Satisfação dos Funcionários Influencia o Clima Organizacional? Estudo de Caso em Empresa do Setor Educacional” e objetivou estudar como o clima organizacional se relaciona com a satisfação de funcionários de uma empresa do setor educacional do interior do estado de São Paulo. O terceiro capítulo, intitulado “Diagnóstico de Clima Organizacional e sua Influência na Saúde Mental do Empregado”, teve como objetivo realizar pesquisa sobre diagnóstico de clima organizacional em Instituição Bancária de grande porte na cidade de Goiânia, estado de Goiás.

O quarto capítulo, intitulado “Qualidade de Vida no Trabalho de Profissionais Expatriados para Índia e China”, objetivou caracterizar a percepção de profissionais expatriados para Índia e China sobre a sua qualidade de vida no trabalho. O quinto capítulo, intitulado “Gestão de RH e o Processo de Higiene, Saúde e Segurança do Trabalho: análise na empresa Gerdau à luz das ações de Recursos Humanos Sustentável”, buscou descrever o processo de Higiene, Saúde e Segurança do Trabalho desenvolvido pela Gerdau João Pessoa, bem como identificar suas ações sustentáveis referente a esse processo de gestão de recursos humanos. O sexto capítulo tem como título “O Engajamento como Ferramenta para a Melhoria da Produtividade e dos Resultados nas Empresas” e objetivou identificar a relevância do engajamento até se chegar em um conjunto de comportamentos gerados nas empresas que utilizam e as que não utilizam o engajamento como ferramenta.

O sétimo capítulo é intitulado “As Múltiplas e Interligadas Competências do Líder” e objetivou discutir as múltiplas e interligadas competências do líder. O oitavo capítulo

tem como título “O Papel do Líder na Administração do *Turnover*” e objetivou demonstrar alternativas para o líder atuar, preventivamente, na administração do *turnover* dentro das organizações. O nono capítulo, intitulado “O Perfil do Gestor do Município de Cravolândia na Escola Áurea Cravo”, objetivou abordar como está o papel do gestor escolar e propor uma reflexão sobre essa gestão.

O décimo capítulo é intitulado “A Inteligência Competitiva como Meio para Obtenção e Proteção de Vantagem Competitiva da Firma” e objetivou avaliar como o conceito de inteligência competitiva poderia se configurar como meio de obtenção e proteção da vantagem competitiva da firma. O décimo primeiro capítulo tem como título “Diagnóstico do Desempenho Estratégico em Micro e Pequenas Empresas com Aplicação do *Balanced Scorecard*” e investigou a convergência de fins e meios entre os enfoques de gestão do desempenho estratégico e gestão da competitividade em micro e pequenas empresas. O décimo segundo capítulo, intitulado “Processo Decisório em Ambiente Organizacional”, teve como objetivos estudar os conceitos dos processos decisórios e discutir as relações entre a tomada de decisão e o processo decisório no contexto organizacional.

O décimo terceiro capítulo tem como título “Governança num Laticínio do Sul Goiano sob a Ótica da Economia dos Custos de Transação” e buscou caracterizar e analisar a estrutura de governança de um laticínio na região Sul de Goiás sob a ótica da economia dos custos de transação. O décimo quarto capítulo é intitulado “Caso Rápido & Barato: vamos entregar logo a encomenda?” e trata-se de um caso de ensino que examina o tema da produtividade dos empregados de uma empresa privada de coleta e entrega de encomendas. O décimo quinto capítulo é intitulado “Um Fabricante, Múltiplas Marcas” e problematiza aspectos da concentração de mercado no segmento alimentar brasileiro a partir da concentração de marcas por um seletivo grupo de empresas.

O décimo sexto capítulo tem como título “Marcas, Marketing e Consumo nos Trens Urbanos” e objetivou problematizar as apropriações e os usos que são feitos dos produtos ditos “de marca” para impulsionar o comércio daqueles “sem marca”. O décimo sétimo capítulo é intitulado “Imagem-Conceito da Marca Scania – Por Trás de Todo Motorista Existe um Caminhão, Por Trás de Todo Caminhão Existe uma Marca” e objetivou verificar a imagem-conceito da marca Scania perante seus públicos. O décimo oitavo capítulo tem como título “Marketing: Análise do Comportamento do Consumidor e a Decisão de Compra” e objetivou contribuir para compreensão da importância dos elementos do marketing, bem como, retratar e analisar o comportamento do consumidor e a decisão de compra na população de baixa renda.

O décimo nono capítulo, intitulado “Envolver e Conquistar: uma análise sobre a estratégia de lançamento do *revival* da série *Gilmore Girls* pela Netflix”, teve como objetivo refletir sobre as estratégias de lançamento de histórias seriadas através do canal de *streaming* Netflix. O vigésimo capítulo tem como título “O Efeito de Moderação Geracional sobre a Aceitação e o Uso de Novas Tecnologias: uma análise do uso

de internet em smartphones” e tem o propósito de ampliar o entendimento sobre o comportamento do consumidor de novas tecnologias. O vigésimo primeiro capítulo é intitulado “O Papel da Inteligência Competitiva e do Marketing no Desenvolvimento de Produtos Inovadores” e objetivou estudar a inteligência competitiva como apoio ao marketing no desenvolvimento de produtos inovadores.

O vigésimo segundo capítulo é intitulado “O Planejamento Estratégico de Marketing da Agência de Publicidade e Propaganda Hiato Comunicação” e apresenta os principais dados estratégicos da Agência Hiato Comunicação. O vigésimo terceiro capítulo tem como título “O Potencial da Neurociência no Trabalho dos Publicitários” e objetivou caracterizar e pontuar as principais ferramentas da Neurociência que se aplicam ao universo da Publicidade e Propaganda.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
COMPROMETIMENTO E SATISFAÇÃO NO TRABALHO EM UMA INSTITUIÇÃO FILANTRÓPICA DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER	
Allisson Silva dos Santos Reginaldo Elias Chaves Thiago Gomes Gama Maria Luiza da Costa Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1491908051	
CAPÍTULO 2	12
COMO A SATISFAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS INFLUENCIA O CLIMA ORGANIZACIONAL? ESTUDO DE CASO EM EMPRESA DO SETOR EDUCACIONAL	
Gabriela Troyano Bortoloto	
DOI 10.22533/at.ed.1491908052	
CAPÍTULO 3	21
DIAGNÓSTICO DE CLIMA ORGANIZACIONAL E SUA INFLUÊNCIA NA SAÚDE MENTAL DO EMPREGADO	
Rosângela Alves de Lima Gleyciane Mendes da Silva Marcela Neres Ribeiro Andréa Batista Magalhães	
DOI 10.22533/at.ed.1491908053	
CAPÍTULO 4	39
QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DE PROFISSIONAIS EXPATRIADOS PARA ÍNDIA E CHINA	
Graziele Zwielewski Suzana da Rosa Tolfo	
DOI 10.22533/at.ed.1491908054	
CAPÍTULO 5	67
GESTÃO DE RH E O PROCESSO DE HIGIENE, SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO: ANÁLISE NA EMPRESA GERDAU À LUZ DAS AÇÕES DE RECURSOS HUMANOS SUSTENTÁVEL	
Amanda Raquel de França Filgueiras Damorim Luciane Albuquerque Sá de Souza Luciano de Santana Medeiros Eduardo Albuquerque de Sá Emanoela Moura Toscano Simone Moura Cabral Odaelson Clementino da Silva Manuelle Cristine Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1491908055	
CAPÍTULO 6	85
O ENGAJAMENTO COMO FERRAMENTA PARA A MELHORIA DA PRODUTIVIDADE E DOS RESULTADOS NAS EMPRESAS	
Juliano Keller Alvez Vanderlei Luiz Dias Leonard Almeida de Moraes Édis Mafra Lapolli	
DOI 10.22533/at.ed.1491908056	

CAPÍTULO 7	99
AS MÚLTIPLAS E INTERLIGADAS COMPETÊNCIAS DO LÍDER	
Francynete Silva Portela Brito	
Iago Vasconcelos Teixeira	
Isabella de Oliveira Tomaz	
Kátia Lorena das Chagas Wenceslau	
Martha Pereira Silva	
Valeska Moreira Gomes	
André Luiz Marques Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.1491908057	
CAPÍTULO 8	110
O PAPEL DO LÍDER NA ADMINISTRAÇÃO DO TURNOVER	
Daniel Melanda Signorini	
Jerson Joaquim da Silva	
Lucas Bertasso Martos	
DOI 10.22533/at.ed.1491908058	
CAPÍTULO 9	120
O PERFIL DO GESTOR DO MUNICÍPIO DE CRAVOLÂNDIA NA ESCOLA ÁUREA CRAVO	
Claudemir Nascimento Araujo Santos	
Alexandro Santos Barros	
DOI 10.22533/at.ed.1491908059	
CAPÍTULO 10	128
A INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO MEIO PARA OBTENÇÃO E PROTEÇÃO DE VANTAGEM COMPETITIVA DA FIRMA	
Jorge Ivan Correa Junior	
DOI 10.22533/at.ed.14919080510	
CAPÍTULO 11	143
DIAGNÓSTICO DO DESEMPENHO ESTRATÉGICO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COM APLICAÇÃO DO BALANCED SCORECARD	
Antonio Guerra Junior	
Francisco Alexandre Regina	
DOI 10.22533/at.ed.14919080511	
CAPÍTULO 12	157
PROCESSO DECISÓRIO EM AMBIENTE ORGANIZACIONAL	
Fabrícia Cândida Aparecida de Paula Raggi	
Ana Cristina Mende Muchon	
Daniela Vasconcelos Cardoso de Assunção	
Evelyne Lopes Ferreira	
Wagner Cardoso Silva	
DOI 10.22533/at.ed.14919080512	
CAPÍTULO 13	166
GOVERNANÇA NUM LATICÍNIO DO SUL GOIANO SOB A ÓTICA DA ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO	
Maryele Lázara Rezende	
Vagner Rosalem	
Cássia da Silva Castro Arantes	
DOI 10.22533/at.ed.14919080513	

CAPÍTULO 14	182
CASO RÁPIDO & BARATO: VAMOS ENTREGAR LOGO A ENCOMENDA?	
Wanderson Fernandes Modesto de Oliveira	
Walid Abbas El-Aouar	
Rodrigo José Guerra Leone	
DOI 10.22533/at.ed.14919080514	
CAPÍTULO 15	197
UM FABRICANTE, MÚLTIPLAS MARCAS	
Anderson Moraes de Castro e Silva	
Elizabeth Pereira Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.14919080515	
CAPÍTULO 16	212
MARCAS, MARKETING E CONSUMO NOS TRENS URBANOS	
Anderson Moraes de Castro e Silva	
Elizabeth Pereira Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.14919080516	
CAPÍTULO 17	230
IMAGEM-CONCEITO DA MARCA SCANIA POR TRÁS DE TODO MOTORISTA EXISTE UM CAMINHÃO POR TRÁS DE TODO CAMINHÃO EXISTE UMA MARCA	
Artur Afonso Ceni	
DOI 10.22533/at.ed.14919080517	
CAPÍTULO 18	247
MARKETING: ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A DECISÃO DE COMPRA	
Ivone Rodrigues Lima	
Carlos José dos Santos	
Naiane Dias Simões	
Vagner Rosalem	
Renata Alessandra Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.14919080518	
CAPÍTULO 19	255
ENVOLVER E CONQUISTAR: UMA ANÁLISE SOBRE A ESTRATÉGIA DE LANÇAMENTO DO REVIVAL DA SÉRIE GILMORE GIRLS PELA NETFLIX	
Amanda Pereira Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.14919080519	
CAPÍTULO 20	268
O EFEITO DE MODERAÇÃO GERACIONAL SOBRE A ACEITAÇÃO E O USO DE NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ANÁLISE DO USO DE <i>INTERNET</i> EM <i>SMARTPHONES</i>	
Luiz Henrique Lima Faria	
Antônio Carlos Giuliani	
Nádia Kassouf Pizzinatto	
Christiano França da Cunha	
Ronie Galeano	
Rafael Buback Teixeira	
Renata Sossai Freitas Faria	
Bruno Tardin Francischeto	
DOI 10.22533/at.ed.14919080520	

CAPÍTULO 21	289
O PAPEL DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E DO MARKETING NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS INOVADORES	
Renata Giacomini Menezes	
Cristiana Fernandes De Muylder	
Jefferson Lopes La Falce	
DOI 10.22533/at.ed.14919080521	
CAPÍTULO 22	301
O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA HIATO COMUNICAÇÃO	
Lucas Coimbra de Araújo	
Cid Gonçalves Filho	
Sônia Aparecida Martins Lazzarini	
DOI 10.22533/at.ed.14919080522	
CAPÍTULO 23	316
O POTENCIAL DA NEUROCIÊNCIA NO TRABALHO DOS PUBLICITÁRIOS	
Lucas Coimbra de Araújo	
Cid Gonçalves Filho	
Carlos Alberto Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.14919080523	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	330

COMPROMETIMENTO E SATISFAÇÃO NO TRABALHO EM UMA INSTITUIÇÃO FILANTRÓPICA DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

Allisson Silva dos Santos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
João Pessoa – PB

Reginaldo Elias Chaves

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
João Pessoa – PB

Thiago Gomes Gama

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
João Pessoa – PB

Maria Luiza da Costa Santos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
João Pessoa – PB

RESUMO: Nas organizações do século XXI deve-se estabelecer uma maior atenção às necessidades existentes dos colaboradores. Com isso, aspectos de satisfação, como também, o entendimento de como surge o comprometimento com o trabalho não podem se tornar despercebidos. Assim posto, este estudo teve como objetivo geral compreender a relação entre a satisfação dos colaboradores e o comprometimento com o trabalho em uma Instituição Filantrópica na cidade de João Pessoa – PB, que tem como missão cuidar de crianças portadoras de câncer. Para

fundamentar essa compreensão apresentaram-se percepções de estudiosos sobre as temáticas satisfação e comprometimento no trabalho. Para a coleta de dados da pesquisa, considerada de abordagem quanti-qualitativa, utilizou-se de uma amostra aleatória simples por conveniência de 10 colaboradores. Os dados foram analisados fazendo-se uso de medidas estatísticas simples (frequência e percentual), da análise de conteúdo e confrontados com a literatura que subsidiou o estudo. Os resultados apontam que, na Instituição estudada, registram-se níveis elevados de satisfação das necessidades dos colaboradores, por ser atendido de maneira positiva os fatores higiênicos e motivacionais que foram exaltados no estudo, como: remuneração, boas condições estruturais físicas, bom relacionamento interpessoal, trabalho dinâmico e desafiante, o alcance de objetivos pessoais e profissionais e oportunidades de progresso. Foi observado que os colaboradores apresentam um forte comprometimento com as tarefas laborais e com a organização em si, envolvendo os três tipos de comprometimento evidenciados no estudo, com predominância do comprometimento afetivo, no que se refere ao sentimento de orgulho em pertencer à organização.

PALAVRAS-CHAVE: Comprometimento, Satisfação, Filantropia, Trabalho.

COMMITMENT AND SATISFACTION IN THE WORK IN A PHILANTHROPIC INSTITUTION TO SUPPORT THE CHILD WITH CANCER

ABSTRACT: In the organizations of the 21st century, more attention must be paid to the existing needs of employees. With this, aspects of satisfaction, as well as the understanding of how the commitment to work arises can not become unnoticed. Thus, this study aimed to understand the relationship between employee satisfaction and commitment to work in a Philanthropic Institution in the city of João Pessoa - PB, whose mission is to care for children with cancer. To underpin this understanding, there were perceptions of scholars on the subject of satisfaction and commitment at work. For the data collection of the study, considered a quantitative-qualitative approach, a simple random sample was used for the convenience of 10 collaborators. The data were analyzed using simple statistical measures (frequency and percentage), content analysis and confronted with the literature that subsidized the study. The results indicate that, in the institution studied, there are high levels of satisfaction of the employees' needs, because the hygienic and motivational factors that were exalted in the study were considered positively, such as: remuneration, good physical structural conditions, good interpersonal relationship, dynamic and challenging work, the achievement of personal and professional goals and opportunities for progress. It was observed that the employees present a strong commitment to the work tasks and the organization itself, involving the three types of commitment evidenced in the study, with a predominance of affective commitment, regarding the feeling of pride in belonging to the organization.

KEYWORDS: Commitment, Satisfaction, Philanthropy, Work

1 | INTRODUÇÃO

As organizações de caráter filantrópico trazem, em seu cerne, a característica principal da não lucratividade em sua atuação, buscando sua sustentação econômico financeira mediante doações de associados e de algumas ações isoladas. Conforme Pereira *et al.* (2013), uma organização desta tipicidade é fundamental para gerar desenvolvimento social com mais equilíbrio, mais justiça e mais igualdade. Considera-se também, que seu enredo é baseado em suprir as necessidades de uma vida mais digna e saudável para pessoas que precisam de apoio.

Compreender os motivos que levam as pessoas a trabalharem em organizações filantrópicas e sua relação com o comprometimento com a causa social, se fundamenta na concepção e vertente de que existam caminhos que mostrem razões pelas quais diferentes pessoas, com necessidades distintas e com olhares divergentes sobre o ambiente corporativo, se voltam à convergência de ideais que, por vezes, parecem se confundir entre o profissional e o pessoal.

Segundo Robbins (2005), a satisfação com o trabalho refere-se à atitude geral de uma pessoa em relação ao trabalho que ela realiza, ou seja, uma pessoa que tem um alto nível de satisfação com seu trabalho provavelmente apresentará atitudes positivas

em relação a ele. Já no que diz respeito ao comprometimento, Bastos, Brandão e Pinho (1997), defendem que comprometer significa sentir-se vinculado a algo, e apresentar um desejo de permanecer naquela situação. Diante dessas conceituações, percebe-se que o comprometimento e a satisfação podem estar interligados e são elementos inerentes à formação da personalidade do colaborador, independente da função que exerça.

Dessa forma, o presente estudo buscou responder a seguinte questão: Como a satisfação dos colaboradores, no exercício da filantropia, relaciona-se com o comprometimento no trabalho? Então, considerando tal possibilidade, o objeto de estudo foi uma Instituição Filantrópica de tratamento de crianças com câncer; situada em João Pessoa – PB.

Como proposta de objetivo geral, o estudo veio compreender a relação entre a satisfação dos colaboradores e o comprometimento com o trabalho numa Instituição Filantrópica da cidade de João Pessoa – PB, enquanto os objetivos específicos consistiram em a) identificar os fatores de satisfação e/ou insatisfação que caracterizam o contexto do trabalho; e b) verificar os tipos de comprometimento dominantes no ambiente de trabalho.

Por fim, a pesquisa promoveu uma oportunidade de compatibilizar os estudos teóricos realizados no Curso de Administração com as experiências práticas de uma organização sem fins lucrativos, a fim de gerar conhecimentos para os interessados nesta área de pesquisa.

2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Comprometimento no trabalho

O comprometimento refere-se à ligação das pessoas com seu trabalho, passando a significar, neste sentido, forte envolvimento do indivíduo com variados aspectos do seu ambiente de trabalho, em especial com a sua instituição empregadora (SPECTOR, 2010).

Segundo Brito e Bastos (2001) há dois argumentos que afirmam a importância da pesquisa relacionada ao comprometimento no trabalho. O primeiro destaca o fato de qualquer processo da organização implicar relações de compromisso entre os atores envolvidos em torno de metas, missão e os valores que os fundamentam. O segundo indica o comprometimento como um fator que potencializa as chances de as organizações enfrentarem, com êxito, as transições e turbulências que marcam os contextos sociais em que se inserem. Estes dois argumentos levam a apontar o comprometimento do trabalhador como um fator estratégico para as organizações.

No modelo proposto por Meyer e Allen (1991) é apoiado uma estrutura tridimensional de valores, referindo-se a três tipos de comprometimento: O afetivo, o

de continuação e o normativo.

De acordo com a citação de Bastos, Brandão e Pinho (1997), o **comprometimento afetivo** se refere ao apego psicológico mais largamente enfatizado, associa-se à ideia de lealdade, sentimento de pertencer, desejo de contribuir e dar energia para a organização. Envolvendo assim, sentimento de orgulho, desejo de engajamento e prazer em ser membro. Neste tipo de comprometimento, não existe cálculo dos custos e benefícios de continuar na organização, e sim um vínculo emocional.

Já o **comprometimento de continuação** é a forma de apego psicológico, que reflete o nível em que o indivíduo se sente refém de um lugar pelo amplo custo associado a abandoná-lo. O colaborador se sente recompensado com o que lhe é oferecido pela organização. A avaliação da alternativa de sair, é influenciada pela incerteza, à medida que as relações e o ambiente refletidos são desconhecidos. Nessa equação, a incerteza gera um custo adicional, sob a forma de risco de insucesso. Por essa razão, o indivíduo tende a demandar, para ingressar em nova organização, benefícios expressivamente maiores como forma de compensação para o risco assumido (RIBEIRO; BASTOS, 2010).

E, o **comprometimento normativo** age sobre os indivíduos por identificação ou internalização dos valores e sob a forma coercitiva que se demonstra pela ação de normas, expressas ou não, por padrões de conduta, políticas, diretrizes, valores, metas e resultados, que informam o apropriado a se fazer e as expectativas para o futuro. A identificação se dá pelo entendimento entre a cultura organizacional, os valores que o funcionário traz de sua formação e pelos objetivos que projeta na relação com a instituição (RIBEIRO; BASTOS, 2010).

2.2 Satisfação

A satisfação se destaca por sua pertinência dinâmica em evidenciar fatores que levam um indivíduo a ter determinados posicionamentos em seu ambiente laboral. De acordo com Spector (2010) a satisfação no trabalho é uma variável de atitude que demonstra como as pessoas se sentem em relação ao trabalho, seja em relação a alguns aspectos, ou a sua totalidade. Porém, por mais que seja otimizada a satisfação de cada colaborador da organização, existem alguns fatores que contribuirão para a insatisfação dos indivíduos no trabalho, pois de acordo com Hitt, Miller e Colella (2013) os fatores relacionados ao trabalho que acarretam satisfação são diferentes dos que geram insatisfação, e vice-versa.

De acordo com Robbins (2009), Herzberg trouxe em seu artigo (publicado na *Harvard Business Review* em 1965) sua teoria dos dois fatores - um conjunto de satisfação (motivacional) e outro de insatisfação (higiênico). Os fatores higiênicos abrangem o salário, qualidade da supervisão, política corporativa, condições físicas de trabalho, relacionamento interpessoal e segurança no emprego (HERZBERG, 1968).

Entende-se que para a remuneração não gerar insatisfação é necessário no mínimo obedecer à legislação trabalhista quanto aos pisos salariais de todas as

classes trabalhadoras existentes nas organizações, não excluindo as possibilidades de melhoria existentes para este aspecto. Visando o mesmo objetivo elas devem oferecer e garantir condições físicas adequadas com conforto, limpeza e ambiente físico seguro (ROBBINS, 2009).

Outro fator na busca pela paz numa organização é o de relacionamento interpessoal entre os funcionários, supervisores e subordinados. A empresa deve estar sempre atenta para identificar, analisar e dirimir os conflitos da melhor forma possível para evitar o desgaste. Esses três fatores citados acima contribuem para a manutenção da segurança no emprego (ROBBINS, 2009).

Já a política corporativa e a qualidade técnica da supervisão carecem de um cuidado mais detalhado na sua formulação e pré-requisitos, respectivamente. Deve-se considerar o tipo de serviço prestado, no caso, e as qualificações, formações e experiências exigíveis para a ocupação dos cargos de diretores, supervisores, etc. Assim, política, objetivos e supervisão exercida estarão alinhados e serão capazes de atingir uma mesma finalidade, que é a geração e manutenção da não insatisfação no trabalho (HITT, MILLER E COLELLA 2013).

Para a organização que deseja colaboradores trabalhando satisfeitos, em busca do mais alto nível de satisfação, é preciso enfatizar em suas condutas estratégicas, as diversas formas de propiciar um ambiente favorável para isto. Segundo Robbins (2005), através dos fatores de satisfação ou fatores de motivação é possível estimular a satisfação, e estão divididos entre: realização, reconhecimento, trabalho em si, responsabilidade, progresso e crescimento.

Conforme Robbins (2005), pode-se afirmar que realização é considerado um sentimento de gratificação por atingir objetivos grandiosos, sendo um aspecto extremamente valioso dentro do conjunto de fatores. Além disso, o colaborador necessita e merece obter reconhecimento por ser um partícipe importante no processo de alcance dos objetivos organizacionais.

Ao se tratar do trabalho em si, a ocupação precisa ser composta por atividades dinâmicas e desafiantes, onde há autonomia na sua execução e as pessoas devem se sentir responsáveis pela realização das suas atividades dentro da organização. A empresa precisa criar meios para estimular e desenvolver o progresso do colaborador, através de promoções, para assim, ele avançar em sua carreira profissional. O indivíduo espera que a organização ofereça mecanismos para que haja crescimento pessoal, desenvolvimento de habilidades, avanços em conhecimentos amplos e específicos, contribuindo para o crescimento profissional (ROBBINS, 2005).

3 | METODOLOGIA

A presente pesquisa foi definida, por sua natureza, como aplicada, pelo fato de gerar conhecimentos com vista a solucionar problemas (SILVA e MENEZES, 2001).

Quanto aos procedimentos técnicos, caracteriza-se como um estudo de campo com levantamento *survey*, com uma abordagem de natureza quanti-qualitativa, e de caráter descritivo (GIL, 2008).

Quanto à população, envolveu os colaboradores (efetivos e voluntários) da Instituição. Para a coleta de dados, utilizou-se de uma amostra aleatória simples por conveniência de 10 colaboradores, em que, nesse tipo de amostra o pesquisador seleciona os elementos disponíveis, admitindo que possam representar a população.

O instrumento utilizado foi um questionário, no qual os colaboradores expressaram suas opiniões quanto a satisfação e comprometimento no ambiente de trabalho. Para levantamento dos dados foi utilizado um questionário que aplicado em contato direto e foi composto por questões afirmativas sobre as quais os questionados devem expressar o grau de concordância, que varia entre a discordância total e a concordância total (COSTA, 2011).

Os dados levantados foram analisados fazendo uso de medidas estatísticas simples (frequência e percentual) e foi utilizada a ferramenta de análise de conteúdo, por ser bastante utilizada em investigação de dados qualitativos e para a interpretação do sentido das palavras. De acordo com Bardin (2009) a análise de conteúdo é composta por técnicas de análise de comunicação, para obter indicadores (quantitativos ou não) que permitam a compreensão dos conhecimentos adquiridos.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico estão apresentados os resultados e discussões relativos às questões que buscam responder aos objetivos específicos propostos pelo estudo. Assim, os dados encontrados estão associados com a teoria e acompanhados das impressões e observações realizadas no decurso do trabalho.

Para chegar em um resultado proposto pelo primeiro objetivo exposto no trabalho foram elaboradas 8 questões, sendo 7 fechadas e 1 aberta, que estão apresentadas na Tabela 1 com os seus devidos resultados.

X	Afirmativas	Discordo	Indeciso	Concordo
1	Estou satisfeito com a remuneração que recebo pelas atividades que exerço na empresa	0%	0%	100%
2	Sinto-me confortável com as condições estruturais físicas (higiene, segurança) do meu ambiente de trabalho	0%	0%	100%
3	Tenho um bom relacionamento com os demais colaboradores e supervisores da instituição	0%	0%	100%
4	Nos meus afazeres diários, eu pratico várias atividades dinâmicas e desafiantes que me ocupam e não me deixam entediado	0%	10%	90%

5	Tenho atingido alguns objetivos pessoais e profissionais através do meu trabalho na organização	0%	0%	100%
6	O meu trabalho oferece oportunidades de crescimento profissional, como promoções e aumento dos conhecimentos na função	20%	20%	60%
7	As minhas atividades desenvolvidas dentro da empresa são reconhecidas e valorizadas	0%	10%	90%

Tabela 1: Afirmativas relacionadas aos elementos de satisfação. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Identifica-se na primeira afirmação da Tabela 1 unanimidade em concordância com o contexto apresentado, que por sua finalidade teve o objetivo de confirmar ou não a representatividade do sentimento de satisfação ou insatisfação, partindo do pressuposto remunerativo relacionado ao desenvolvimento funcional do colaborador com suas atividades laborais. Assim, pode-se afirmar que a organização nesta particularidade consegue atender e ser atendida por seus colaboradores segundo o nível de satisfação adquirido.

Perante os dados coletados e demonstrados através da afirmação “Sinto-me confortável com as condições estruturais físicas (higiene, segurança) do meu ambiente de trabalho”, constata-se que neste critério a instituição está atendendo aos seus colaboradores, pois todos concordaram com tal afirmativa. Para que funcionários não se sintam insatisfeitos, as organizações devem oferecer condições estruturais com um ambiente físico limpo e seguro (ROBBINS 2009).

Na afirmativa 3 observa-se uma concordância unânime por parte dos colaboradores quanto a existir bom relacionamento entre os colaboradores, o que contribui para a eliminação de outro fator que pode causar insatisfação em seus funcionários.

Para o quesito 4, referente a dinamicidade do trabalho em si, pode-se perceber que 90% concordaram com a afirmação e 10% ficaram indecisos. Isso figura uma boa representação em relação às tarefas laborais sendo consideradas dinâmicas e desafiantes para que o colaborador se sinta satisfeito com o trabalho executado (ROBBINS, 2005).

No que se refere à representatividade das respostas referente à “Tenho atingido alguns objetivos pessoais e profissionais através do meu trabalho na organização”, 100% dos respondentes concordaram, trazendo uma relevância importante no que se diz respeito a satisfação percebida com a realização. Em relação à afirmativa 6, ligada ao crescimento profissional, a maioria dos colaboradores concordaram que existe oportunidades de crescimento profissional, promoções e ampliação do conhecimento da sua função.

No que se dispõe ao elemento reconhecimento, 90% dos colaboradores concordaram e 10% estavam indecisos com a afirmação apresentada de que suas

atividades desenvolvidas dentro da empresa são reconhecidas e valorizadas. O colaborador necessita e merece obter reconhecimento por ser um indivíduo importante no processo de alcance dos objetivos organizacionais. O resultado demonstra que há um alcance expressivo no que diz respeito a este fator composto no conjunto de fatores motivacionais (ROBBINS, 2005).

Para o enunciado “apontem razões para os colaboradores desta instituição se sentirem satisfeitos ou não com o trabalho que realizam”, foi elaborado o quadro abaixo com a junção das respostas. Todos os funcionários responderam este quesito, formando o total de 10 respostas.

Respondentes	Respostas
01	“Necessidade pessoal, boa supervisão, identificação com a causa da empresa. ”
02	“A casa é um lugar ótimo para se trabalhar, as pessoas são muito boas e o trabalho também, não há o que se reclamar”.
03	“Trabalho com amor, identifico-me com a causa”.
04	“Trabalhamos com pessoas que necessitam do nosso apoio, carinho, dedicação e respeito pelo outro. Esses aspectos me deixam grata pela vida e por estar contribuindo com as crianças e adolescentes que estão acometidos pela doença. É muito gratificante fazer com que eles brinquem, e por alguns instantes esqueçam o sofrimento”.
05	“Por ser uma instituição séria, capacitada e muito boa de servir, e com profissionais que são felizes no que fazem”.
06	“Gostar de trabalhar, identificação com a causa da instituição, o clima amistoso entre os funcionários”.
07	“Sinto muito satisfeito com a função que exerço no trabalho, porque é gratificante ajudar as pessoas carentes e tão legais. Porque os outros funcionários são legais e é muito confortável”.
08	“O integral apoio recebido pela direção”.
09	“A nossa instituição trabalha com clareza, dedicação e muito amor”.
10	“Normal.”

Quadro 1: Razões que geram satisfação no trabalho. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

No caso dos fatores higiênicos, citados por Robbins (2005), que evitam a insatisfação, há a interferência positiva, de acordo com os dados do Quadro 1, do relacionamento interpessoal, pois foi explanada a existência do clima amistoso entre as pessoas, e de alguns outros fatores citados também por Hitt, Miller e Colella (2013), em que são denominados de política corporativa, na qual é considerada pelos respondentes, como uma instituição séria que trabalha com clareza, dedicação e muito amor e, de qualidade técnica da supervisão, sendo de boa atuação dentro da organização.

Ao se tratar dos fatores motivacionais de Herzberg, defendidos por Robbins (2005), há o destaque de três elementos: o trabalho em si, pois foi relatado que o trabalho é suficientemente bom, o reconhecimento, considerando que existe o integral

apoio recebido pela direção no decorrer das atividades e a realização, por ser notada, entre questionados, a gratificação de ajudar os clientes externos da instituição, já que são clientes que carecem de maior atenção por se tratarem de casos específicos relacionados à saúde, podendo ser interpretada como um objetivo profissional e pessoal alcançado para alguns, ou até, para todos.

Para responder o segundo objetivo específico foram elaboradas 4 afirmativas e após a aplicação do questionário, foi obtido os resultados disseminados na Tabela 2.

X	Afirmativas	Discordo	Indeciso	Concordo
1	O modo de agir de outro (a) colaborador (a) influencia no meu sentimento de dever, obrigação em trabalhar pela instituição	40%	20%	40%
2	Sinto prazer e orgulho em fazer parte da equipe da instituição	0%	0%	100%
3	Permaneço na empresa porque preciso dos benefícios e do salário, e não tenho outras alternativas de trabalho	30%	30%	40%
4	Dentro das responsabilidades para com o meu posto de trabalho, exerço minhas atividades e cumpro minhas obrigações na instituição	0%	10%	90%

Tabela 2: Afirmativas relacionadas aos tipos de comprometimento. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A primeira afirmativa “O modo de agir de outro (a) colaborador (a) influencia no meu sentimento de dever, obrigação em trabalhar pela instituição” resultou que 40% dos colaboradores desta instituição concordaram, outros 40% não concordaram e os demais 20% ficaram indecisos. Observou-se que a partir dessa questão há uma diferença de opiniões entre os respondentes em relação ao comprometimento normativo, que segundo Ribeiro e Bastos (2010), a sua identificação se dá pelo entendimento entre a cultura organizacional, os valores que o funcionário traz de sua formação e pelos objetivos que projeta na relação com a instituição.

Deste modo, considera-se que os colaboradores em suas particularidades se diferenciam em seus objetivos, e suas responsabilidades funcionais também podem ser correlacionadas entre seus princípios pessoais e os princípios da organização, sem que seja necessário que outro indivíduo o influencie.

Para a afirmativa “Sinto prazer e orgulho em fazer parte da equipe da instituição”, todos os colaboradores participantes do questionário concordaram com a afirmação no que corresponde ao comprometimento afetivo. Bastos, Brandão e Pinho (1997), dizem que o comprometimento afetivo é relacionado ao sentimento de pertencer, desejo de contribuir e dar energia para a organização, que envolve sentimento de orgulho, desejo de engajamento e prazer em ser membro.

Sentir-se bem e orgulhoso de fazer parte desta equipe, traduz e consubstancia o próprio propósito da organização, que por vezes chega a confundir-se com o próprio

de cada colaborador. Neste sentido, pode-se afirmar que a afetividade pelo fazer o bem é parte inerente e responsável pelos 100% de concordância.

Considerando a afirmativa “Permaneço na empresa porque preciso dos benefícios e do salário, e não tenho outras alternativas de trabalho”, a maioria concorda com a afirmação no quesito que se refere ao comprometimento contínuo, onde o colaborador se sente recompensado com o que lhe é oferecido pela instituição e a sua possível saída é influenciada pela incerteza, à medida que as relações e o ambiente são desconhecidos (RIBEIRO; BASTOS, 2010).

Para o teor afirmativo “Dentro das responsabilidades para com o meu posto de trabalho, exerço minhas atividades e cumpro minhas obrigações na instituição”, recebeu-se como resposta que há a concordância de 90% dos respondentes, indicando assim, relação com o comprometimento normativo, e tendo um resultado expressivo e oposto à indecisão da primeira afirmação da Tabela 2, que também se refere ao comprometimento normativo. Assim, Ribeiro e Bastos (2010), dizem que este tipo de comprometimento vem da identificação ou da internalização dos valores e das obrigações que o mesmo acredita ter para com a instituição.

5 | CONCLUSÕES

No desenvolvimento do trabalho, revelou-se como um desafio, a busca pelo entendimento de como colaboradores de uma instituição filantrópica se envolvem numa causa, cujo propósito é dar assistência em casos que necessite dela. Daí, surge a oportunidade em estudar as variáveis satisfação e comprometimento dentro do ambiente de trabalho, que alinhada a fundamentação teórica foram formuladas as questões que se buscaram explicações.

Com a estratificação dos dados coletados, apresentados e interpretados, foi possível realizar um comparativo global com o conteúdo dos teóricos explorado na pesquisa em que é perceptível que na Instituição Filantrópica estudada, a tendência é que haja níveis elevados de satisfação das necessidades dos colaboradores, por ser atendido de maneira positiva os fatores higiênicos e motivacionais que foram exaltados no estudo, como: remuneração, boas condições estruturais físicas, bom relacionamento interpessoal, trabalho dinâmico e desafiante, o alcance de objetivos pessoais e profissionais e oportunidades de progresso.

Com o contentamento dos colaboradores percebido na análise das informações, é propício indagar espontaneamente que há comprometimento nas tarefas laborais da organização e com a organização em si, perpassando pelos três tipos de comprometimento evidenciados, mas com predominância no comprometimento afetivo, em que há orgulho no sentido de pertencer a empresa.

Foi atingido com êxito o que foi buscado nesse projeto de compreender a relação entre a satisfação dos colaboradores e o comprometimento com o trabalho nesta

Instituição Filantrópica de João Pessoa – PB, sendo esse estudo considerado um embrião que pode se tornar maior, com a ideia de adicionar outras variáveis que não só explicam, mas ajudem na prática e disseminação deste.

As inferências encontradas podem provocar a abertura de mais canais de discussão e pesquisa. Sendo assim, é de extrema importância ampliar este estudo para analisar o comportamento de colaboradores em outras instituições com a mesma tipologia. Portanto, se entende que tais considerações são de caráter contributivo para lastrear futuros retornos ao tema.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Portugal. Edições 70, LDA, 2009.

BASTOS, Antonio Virgílio B; BRANDÃO, Margarida G. A; PINHO, Ana Paula M. Comprometimento organizacional: uma análise do conceito expresso por servidores universitários no cotidiano de trabalho. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 1, n. 2, mai./ago., 1997, p. 97-120.

BRITO, A. P. M. P.; BASTOS, A. V. B. O schema de 'trabalhador comprometido' e gestão do comprometimento: um estudo entre gestores de uma organização petroquímica. **Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 8, n. 22, 2001.

COSTA, Francisco José da. **Mensuração e Desenvolvimento de Escalas: Aplicações em Administração**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HERZBERG, F. One more time: how do you motivate employees? **Harvard Business Review**, 1968.

HITT Michael A; MILLER, C. Chet; COLELLA, Adrienne. **Comportamento organizacional**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

MEYER J. P.; ALLEN, N. J. A three-component conceptualization of organizational commitment. **Human Resource Management Review**, p. 61-98, 1991.

PEREIRA, Milton et al (Org.). **Gestão para Organizações Não Governamentais**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2013.

RIBEIRO, J. A; BASTOS, A. V. B. Comprometimento e justiça organizacional: um estudo de suas relações com recompensas assimétricas. **Psicologia: Ciência e Profissão**. Salvador: UFBA, v.30, n. 1, 2010, p. 4-21.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROBBINS, Stephen P. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino A Distância da UFSC, 2001.

SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas organizações**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-314-9

