

Área temática: Gestão de pessoas

Somos frutos de nossas crenças e comprometidos por nossos laços afetivos: a análise fatorial dos valores humanos e do comprometimento organizacional

We are results from our beliefs and committed to our affective links: a factorial analysis of human values and organizational commitment

AUTORES

JULIANO NUNES ALVES

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

admjuliano@yahoo.com.br

FABIO TEODORO TOLFO RIBAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DA SANTA MARIA

fabiotolfo@hotmail.com

BRENO AUGUSTO DINIZ PEREIRA

Universidade Federal de Santa Maria

professorbreno@terra.com.br

LETICIA WIEDTHEUPER DE CAMPOS PEUKERT

UNIVERSIDADE FEDERAL DA SANTA MARIA

leticia.w.c@ibest.com.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho é extrair os fatores de três modelos validados pela teoria: dois sobre comprometimento organizacional e um sobre os valores humanos. São três questionários estruturados, o primeiro referente ao comprometimento organizacional do modelo de Monday, Porter e Steers (1979), o segundo sobre o comprometimento organizacional do modelo de Meyer, Allen e Smith (1991) e o terceiro sobre os valores humanos (GOUVEIA, 2003). A metodologia caracteriza-se como descritiva de caráter quantitativo. A amostra compreendeu 411 membros de diversas empresas dos mais variados segmentos da cidade de Caxias do Sul (RS). Através dos fatores extraídos da análise fatorial foi possível verificar que os entrevistados enraízam sentimentos e carinho pela organização, os quais justificam suas permanências na mesma, além da convergência dos valores e crenças compartilhados e por fim, pelo custo e benefício compreendido do que eles já investiram pela empresa. Já os valores demonstram que os colaboradores buscam a afiliação as outras pessoas ou grupos como forma também de manter-se atualizados, e também enraízam o culto pela beleza das artes e da cultura, permeados por outros valores que primam pela busca de pertença e novamente afiliação, motivados pelo prestígio e reconhecimento do grupo.

Palavras-chave: comprometimento organizacional; valores humanos; fatorial

ABSTRACT

This study aims to extract the factors from three models validated by the theory: two on organizational commitment and one about human values. Three structured questionnaires, one relating to the organizational commitment model Monday, Porter and Steers (1979), the

second on the organizational commitment model of Meyer, Allen and Smith (1991) and the third human values (Gouveia, 2003). The methodology is characterized as descriptive quantitative character. The sample included 411 members of many companies in different segments from Caxias do Sul (RS). Through the factors extracted from factor analysis, was possible to check that the respondents rooted feelings and affection for the organization, which justifies their permanencies in it, beyond the convergence of values and beliefs shared and finally understood the costs and benefits than they have already invested by the company. Moreover, the values show that employees seek affiliation to other people or groups as well as to keep updated and also rooted worship the beauty of arts and culture, permeated by other values that are conspicuous by their search for belonging and affiliation again, motivated by prestige and recognition of the group.

Keywords: organizational commitment, human values; factorial

1. INTRODUÇÃO

A relação entre indivíduo e organização sofre influência de gradativas transformações e adaptações, pois as competições acirradas refletem nas decisões tomadas e repercutem na vida das pessoas quando em situações de trabalho (ZANELLI e SILVA, 2008). Para competir neste cenário as organizações passaram a demandar de seus empregados uma grande plasticidade, capacidade de inovação, habilidades para resolver problemas complexos e inusitados, além de qualidades pessoais, habilidades sociais e alto nível de comprometimento com os valores da organização (LUZ, 2006).

O conceito de comprometimento diz respeito a um estado de conexão que define a relação entre um ator (um indivíduo, grupo ou uma organização) e uma entidade (foco). Esta relação pode ter diferentes formas (afetiva, instrumental ou normativa– base), que compartilha aspectos comuns (durabilidade, intensidade, força, foco, termos) com todas as formas de comprometimento (ABRAHAMSSON, 2002). Estudos recentes (COSTA et al., 2007) relataram que os indivíduos com maior nível de comprometimento percebem que os êxitos e fracassos da empresas são pertencentes à eles próprios também, demonstrando assim o estreito vínculo cognitivo entre colaborador e organização. Questiona-se dessa forma, que antecedentes e conseqüentes permeiam o comprometimento organizacional, e que fatores influenciam mais ou menos intensamente este vínculo.

Evidencia-se a importância de analisar as relações entre os valores pessoais e o comprometimento organizacional, visto que primeiramente será identificado o tipo de crenças individuais (valores pessoais) que predominam na amostra analisada e posteriormente que relação existe com as tipologias do comprometimento organizacional (afetivo, instrumental, e normativo) do colaborador, tencionando assim encontrar resultados que poderão auxiliar os gestores à articular a identificação dos colaboradores com a empresa rumo ao alcance dos objetivos organizacionais.

O comprometimento organizacional pode ser entendido como um estado psicológico que caracteriza a ligação entre indivíduos e organização (MEYER e ALLEN, 1991). Robbins (2004) acrescenta que esse tema é entendido como uma atitude na qual o trabalhador se identifica com a empresa e seus objetivos, desejando manter-se parte dessa organização. Bastos, Brandão e Pinho (1996) acrescentam que o comprometimento pode ser equiparado com sentimentos de auto-responsabilidade por um determinado ato, especialmente se eles são percebidos como livremente escolhidos, públicos e irrevogáveis.

Segundo Medeiros, Albuquerque e Marques (2005) o comprometimento organizacional constitui-se como indicador de produtividade para a empresa, pois os resultados de seus estudos relataram que comprometimento é multidimensional e que leva as organizações a um melhor desempenho. Resultados deste estudo evidenciaram que um maior comprometimento afetivo leva a um melhor desempenho, e por outro lado, um maior comprometimento instrumental conduz negativamente o desempenho.

Os estudos sobre essa variável datam de décadas atrás (MOWDAY, PORTER E STEERS, 1979; MOWDAY, PORTER E STEERS, 1982; BECKER, 1960; KELMAN, 1958; WIENER, 1982) com um enfoque unidimensional (base afetiva, base normativa ou base instrumental). Contudo, na década passada, Allen e Meyer (1990) desenvolveram estudos relativos ao comprometimento considerando a existência de múltiplas dimensões que são internacionalmente conhecidas e aceitas, e que hoje tem sido confirmadas a existência de novas bases - afiliativa (MEDEIROS, 2003).

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Comprometimento organizacional como base unidimensional e multidimensional

Evidencia-se que o foco unidimensional do comprometimento organizacional tem suas raízes nos estudos de Lyman Porter (MOWDAY, PORTER e STEERS, 1979; MOWDAY, PORTER e STEERS, 1982), denominado como comprometimento organizacional afetivo, dimensão composta por sentimentos, baseados em valores que contribuem para o envolvimento de uma relação ativa onde o indivíduo deseja dar algo de si próprio para contribuir para o bem-estar da organização.

Já os modelos multidimensionais do comprometimento organizacional começaram a ser considerados depois que alguns pesquisadores perceberam que os enfoques, componentes ou bases unidimensionais eram componentes presentes no vínculo psicológico entre indivíduo e organização, mais do que os tipos de comprometimento. Assim, numa forma de descrever a presença de mais de um componente no comprometimento, alguns autores utilizaram expressões distintas para isso. Mowday, Porter e Steers (1982) chamam de tipologias do comprometimento, Becker (1992) denomina as diversas dimensões como bases do comprometimento. Já, Meyer e Allen (1991) chamam de componentes do comprometimento. Na verdade, todos estão se referindo aos construtos do comprometimento organizacional, com nomes distintos, uns denominam base, outros dimensões, alguns de componente e outros conceituam como enfoque.

2.2 Definição e histórico dos valores pessoais

Os valores pessoais representam convicções a respeito do que se considera importante para alcançar os objetivos. Eles justificam as opções e escolhas entre o que é bom ou mal, certo ou errado, bonito ou feio, adequado ou inadequado (ZANELLI e SILVA, 2008). A obra de Rokeach (1973) *The nature of human values* é considerada a base dos estudos na temática de valores. Conforme Gouveia, Martínez, Meira e Milfont (2001), a publicação deste livro reuniu abordagens que supriram as aspirações de diversas disciplinas como antropologia, filosofia, sociologia e inclusive a psicologia.

Os estudos sobre o tema dos valores, Gouveia (1998) relatou que os valores que atendem a critérios pessoais estariam relacionados com a orientação social individualista, enquanto que aqueles que atendem a critérios sociais o fariam em termos de uma orientação coletivista; por outro lado, os que atendem ao critério suprapessoal, por transcenderem a dicotomia indivíduo-sociedade, estariam associados com ambas as orientações. Dessa forma, esta nova tipologia não é incompatível com aquelas de Schwartz (1994) e Rokeach (1973). Entretanto, é mais parcimoniosa, assumindo um número reduzido de valores básicos (GOUVEIA, 2003).

2.2.1 Teoria de Gouveia

Conforme Gouveia et al (2008), ao se unir as duas funções dos valores, seis subfunções específicas são originadas: experimentação, realização, existência, suprapessoal, interacional e normativa. Os três tipos de orientação são representados por duas subfunções cada: social (normativa e interacional), central (existência e suprapessoal) e pessoal (realização e experimentação). De forma similar, três subfunções representam cada um dos tipos motivadores: materialista (existência, normativa e realização) e humanitário (suprapessoal, interacional e experimentação). Como resultado final, seis grupos são

formados: social-materialista, central-materialista, pessoal-materialista, social-humanitário, central-humanitário e pessoal-humanitário conforme a Figura 1:

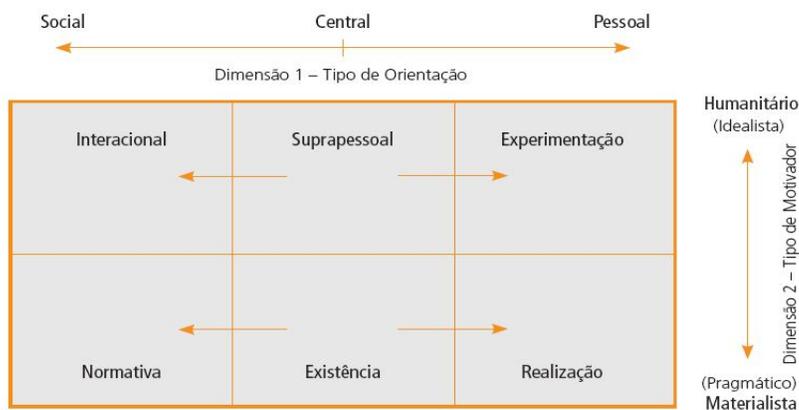


Figura 1: Teoria de Gouveia

Fonte: GOUVEIA, V.V; MILFONT, T.L; FISCHER, R; SANTOS, W.S. Teoria Funcionalista dos Valores Humanos. In: TEIXEIRA, M. L. M. (Org.). Valores humanos & gestão: novas perspectivas. São Paulo: Editora Senac, 2008.

Em graus diferentes, as seis subfunções dos valores enfatizam o ajuste do indivíduo à sociedade e às suas instituições, mas também acentuam a sobrevivência do indivíduo. Alguns valores são mais relacionados com a busca de ajustamento social do que outros especialmente aqueles que dão ênfase à orientação social e ao motivador materialista, isto é, os valores que cumprem a subfunção normativa ou seus tipos motivacionais correlatos, por exemplo, conformidade e tradição (GOUVEIA et al, 2008).

3. METODOLOGIA

A pesquisa, quanto abordagem, pode ser classificada predominantemente quantitativa. A pesquisa quantitativa, segundo Richardson (1989), denomina-se como uma abordagem que possui uma metodologia que impõe a estrutura pré-determinada ao respondente, diminuindo a heterogeneidade da coleta dos dados e assim, inferindo mais confiabilidade aos resultados.

Esse estudo apresenta-se predominantemente descritiva de caráter quantitativa, onde busca-se descrever as características e funções do objeto de pesquisa, coletando os dados e estruturando-os para definir uma informação clara e objetiva, assim podendo chegar a resultados mais fidedignos.

Para essa coleta foi utilizado questionários estruturados e já validados em outros estudos conforme o referencial teórico. O questionário do perfil sócio-econômico-cultural foi desenvolvido pelos autores. O questionário sobre valores humanos reflete a teoria de Gouveia (2003) contendo 18 (dezoito) perguntas, respondendo através de uma escala *likert* de 10 (dez) pontos. O entrevistado é capaz de responder em que medida ele considera importante cada princípio que guia sua vida.

O questionário sobre comprometimento organizacional, foi utilizado dos modelos, o modelo proposto por Meyer e Allen (1991) que relata a existência de três componentes (i) afetivo, (ii) instrumental e (iii) normativo. Este questionário também possui 18 questões, 6 (seis) para cada construto, onde o entrevistado tem uma escala *likert*, de 10 (dez) pontos. Já o segundo modelo está embasado nos estudos de Monday et al., 1982 que enfatizou a base

unidimensional do comprometimento organizacional focando o comprometimento organizacional afetivo (AFE) através de 9 (nove) questões adaptado ao estudo através de uma escala *likert*, de 10 (dez) pontos.

Para a análise dos dados, inicialmente procedeu-se a análise descritiva, cuja finalidade visa traçar o perfil da amostra e verificar o comportamento das variáveis pertencentes ao instrumento de valores pessoais e comprometimento organizacional através da análise da frequência, média, mediana e desvio padrão. Também foi verificada a consistência interna dos subsistemas dos valores pessoais, bem como avaliada a confiabilidade dos subsistemas, inclusive do comprometimento organizacional, a partir dos *Alphas de Cronbach*. Será feita uma análise fatorial confirmatória. Para o processamento e análise dos dados foi utilizado o *software "Statistical Package for the Social Sciences- SPSS 17.0"*.

4. ANALISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Foram enviados 500 questionários e retornaram 411 respondidos por trabalhadores da cidade de Caxias do Sul, situada na Serra Gaúcha do estado do Rio Grande do Sul. As empresas que autorizaram a pesquisa são dos diversos segmentos do mercado (indústria, comércio e serviços). Constatou-se que a maioria dos entrevistados (61,1%) exerce funções administrativas, enquanto a outra parcela da amostra (38,9%) concentra-se em funções operacionais. Em relação ao sexo há predominância do gênero feminino (50,5%), percebendo-se através dos dados coletados que a amostra está praticamente dividida ao meio entre mulheres e homens, esse dado também pode ser corroborado com os dados do IBGE (2010) que relata existir mais mulheres (51,16%) na cidade de Caxias do Sul.

4.1. Análise fatorial do comprometimento organizacional

A análise fatorial do Comprometimento Organizacional foi dividida em duas etapas, primeiro foi extraído os fatores do instrumento de Monday, Porter e Steers (1979) que inicialmente era composto por 9 questões relacionadas ao comprometimento afetivo e posteriormente 18 questões que compõe o instrumento de Meyer, Allen e Smith (1991) que diz respeito aos três construtos do comprometimento organizacional (Comprometimento Afetivo (AFE), Comprometimento Instrumental (INT) e Comprometimento Normativo (NOR)).

Já para os valores humanos utilizou-se um questionário estruturado adaptado da teoria de Gouveia (2003), contendo 18 (dezoito) perguntas, sendo este adaptado para o presente estudo, cujas questões são respondidas através da escala *likert* de 10 (dez) pontos e em uma escala de percepção de “sem nenhuma importância” à “extremamente importante”, cujo entrevistado é capaz de responder em que medida ele considera importante cada princípio que guia a sua vida.

Para a análise fatorial de ambos os instrumentos, optaram-se por adotar a análise de componentes principais como método de extração das dimensões e, como método de rotação, aplicou-se à rotação *varimax* e como critério de extração foi definido autovalor maior que um. A rotação *varimax* foi utilizada pois desejava-se obter uma estrutura de fácil interpretação para os pesos, tal que cada variável tivesse peso alto em um único fator e pesos baixos ou moderados nos demais fatores. A finalidade do processo de rotação é apenas facilitar a interpretação dos resultados.

Para se prosseguir com a análise dos componentes principais faz-se necessário a realização de outros testes. Para isso foi utilizado o método de *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO). O KMO é um teste que examina o ajuste de dados, tomando todas as variáveis simultaneamente e provê uma informação sintética sobre os dados. Um

outro teste que precede a Análise Fatorial com vistas a verificação de suas premissas é o Bartlett Test of Sphericity (BTS), que testa a hipótese de que a matriz de correlação é uma matriz identidade (diagonal igual a 1 e todas as outras medidas igual a zero), ou seja, que não há correlação entre as variáveis.

4.2. Análise fatorial do comprometimento organizacional unidimensional

Para a primeira análise fatorial os testes de adequação e especificidade da amostra de dados foram satisfatórios. O KMO apresentou um coeficiente de 0,892. O teste de especificidade de Bartlett assumiu o valor 1548,788 significativo a 1%. A Tabela 1 apresenta o percentual de variância explicada pelas dimensões.

Dimensões	Autovalores	Variância explicada	
		Percentual	Acumulada
1	4,559	47,948	47,948
2	1,275	16,871	64,818

Tabela 1: Percentual de Variância Explicada pelas dimensões

Fonte: Elaborado pelos autores

A primeira dimensão sozinha explica 47,948% da variância e as duas juntas explicam 64,818% de toda a variância. As duas dimensões possuem coeficientes altos acima de 0,60 sendo assim todos significativos, pois atingiram valores acima de 0,40, considerado o mínimo desejável para que a carga fatorial seja significativa em amostras superiores a 200 casos (HAIR et al., 2005).

Uma análise mais detalhada das variáveis que compõem cada dimensão permite uma avaliação do fator preponderante obtido. O primeiro fator é composto por sete variáveis e possui características para denominá-lo como dimensão afetiva, pois é composta por questões que envolvem o apoio da empresa para o seu colaborador, que consequentemente desenvolve sentimentos de pertença e dissemina para o grupo social essa lealdade, esse vínculo sentimental, que nessa trajetória ele percebe que os valores pessoais estão convergindo com os organizacionais, e isso internaliza um sentimento de que a organização é a melhor de todas para se trabalhar, e assim disseminando para o grupo social que ele faz parte. O segundo fator encontrado, diz respeito a decisão de trabalhar na empresa, considerada como um erro e a percepção da falta de lealdade com a empresa, ou seja, novamente variáveis relacionadas ao sentimento pela empresa.

Para avaliação da confiabilidade da dimensão, foi calculado o Alpha de Cronbach, cujos resultados são apresentados na Tabela 2. Ressalta-se que O *Alfa de Cronbach* é um dos indicadores psicométricos (avaliação de variáveis psicológicas através da aplicação de procedimentos matemáticos) mais utilizados para verificar a fidedignidade ou validade interna do instrumento, o qual deverá apresentar um alfa igual a 1. Desta maneira, quanto mais próximo estiver desse número, melhor será sua precisão. Isso significa que os itens são homogêneos em sua mensuração e produzem a mesma variância.

Dimensões	Alpha de Cronbach
1	0,901
2	0,578

Tabela 2: Valor dos Alphas de Cronbachs

Fonte: Elaborado pelos autores

Hair et al. (2005) recomendam que a consistência interna, para que seja considerada satisfatória, deve possuir os valores iguais ou superiores a 0,6. O resultado da Tabela 2 mostra que a primeira dimensão apresentou valor superior ao limite, indicando consistência interna. Já a segunda não atingiu o índice mínimo, e assim não fará parte das próximas análises. A interpretação do alfa de Cronbach está relacionada à interpretação que é dada para as estimativas de confiabilidade baseadas no método split-half. Isso porque o alfa é uma média de todos os coeficientes split-half para um dado instrumento. A partir do resultado obtido pela Análise Fatorial foi construída a dimensão do Comprometimento Organizacional Afetivo (AFE) partindo do modelo de Monday et al., 1982, e adequando-se com a amostra através da exclusão de variáveis.

Dimensões	Média	Mediana	Desvio padrão
1	7,48	7,85	1,72

Tabela 3: Média e Desvio Padrão da dimensão Comprometimento afetivo.

Fonte: Elaborado pelos autores

Percebe-se na análise da Tabela 3, que a média geral do construto encontrado pelos resultados da fatorial, são satisfatoriamente positivos, e que o desvio padrão, apesar de sensivelmente alto, se analisado pela média e mediana, relata-se que a maioria dos entrevistados estão positivamente comprometidos por laços afetivos com a organização. Como todas as variáveis têm pesos positivos e mais ou menos da mesma ordem de grandeza no 1ª componente, pode-se sugerir que esta seja designada por *Fator Geral de Comprometimento Afetivo*, já que parece refletir a resposta geral dos trabalhadores entrevistados.

4.3. Análise fatorial do comprometimento organizacional multidimensional

Para a segunda análise fatorial (Comprometimento Afetivo (AFE), Comprometimento Instrumental (INT) e Comprometimento Normativo (NOR) os testes de adequação e especificidade da amostra de dados foram satisfatórios. O KMO apresentou um coeficiente de 0,818. O teste de especificidade de Bartlett assumiu o valor 1932,143 significativo a 1%. A Tabela 4 apresenta o percentual de variância explicada pelas dimensões.

Dimensões	Autovalores	Variância explicada	
		Percentual	Acumulada
1	4,213	16,300	16,300
2	2,931	15,491	31,791
3	1,464	14,775	46,567
4	1,093	14,066	60,633

Tabela 4: Percentual de variância explicada pelas dimensões

Fonte: Elaborado pelos autores

A primeira dimensão sozinha explica 16,30% da variância. Em conjunto as quatro dimensões explicam 60,63% de toda a variância. A matriz rotada, Tabela 2 apresenta quais as variáveis mais importantes dentro de cada uma das dimensões.

Observa-se que as duas primeiras dimensões apresentam coeficientes altos. Porém nem todos os coeficientes obtidos foram significativos, pois dois não atingiram valor acima de

0,40, considerado o mínimo desejável para que a carga fatorial seja significativa em amostras superiores a 200 casos (HAIR et al., 2005), e por isso foram excluídas do resultado.

Uma análise mais detalhada a primeira dimensão percebe-se uma relação direta ao sentimento afetivo do colaborador, pode-se assim denominar esse primeiro fator como **Fator Geral de Comprometimento Afetivo** (AFE) devido as características predominantes das variáveis.

No segundo fator encontrado pela fatorial, é possível denominar como **Fator Geral de Comprometimento Instrumental** (INS) o segundo fator desenvolvido pela fatorial.

No terceiro fator desenvolvido pela fatorial, diz respeito a permanência do empregado na empresa por que eles entendem que são obrigados, seja pela convergência dos valores pessoais e organizacionais, seja pela moral pessoal, denominando-se de **Fator Geral de Comprometimento Normativo**.

Um quarto fator foi extraído, pode-se entendê-lo como uma extensão negativa do comprometimento afetivo (AFE), dessa forma conceituando-o como **Fator Geral de Comprometimento Afetivo Negativo**. Para avaliação da confiabilidade da dimensão, foi calculado o Alpha de Cronbach, cujos resultados são apresentados na Tabela 5.

Dimensões	Alpha de Cronbach
1	0,799
2	0,741
3	0,731
4	0,778

Tabela 5: Valores do Alpha de Cronbach para cada uma das dimensões

Fonte: Elaborado pelos autores

Hair et al. (2005) recomendam que a consistência interna, para que seja considerada satisfatória, deve possuir os valores iguais ou superiores a 0,6. O resultado da Tabela 5 mostra que cada dimensão apresentou valor superior ao limite, indicando consistência interna. Assim, a partir do resultado obtido pela Análise Fatorial foi construída a quatro dimensões, do Comprometimento Organizacional Afetivo (AFE), Comprometimento Organizacional instrumental (INS), Comprometimento Organizacional Normativo (NOR) e Comprometimento Organizacional Afetivo negativo (AFE-n).

Cada dimensão corresponde à média das variáveis preponderantes para a mesma, ou seja, ela construída a partir da média das respostas dadas às variáveis extraídas para cada fator, dessa forma cabe analisar também a media, mediana e desvio padrão de cada dimensão encontrada, conforme tabela 6.

Dimensões	Média	Mediana	Desvio padrão
1	6,63	6,80	2,03
2	4,80	4,80	2,06
3	5,40	5,33	2,50
4	6,83	7,00	2,44

Tabela 6: Média, Mediana e Desvio Padrão para cada uma das dimensões

Fonte: Elaborado pelos autores

Percebe-se na análise da Tabela 6, que as médias gerais dos construtos encontrados pelos resultados da fatorial, são satisfatoriamente positivo, com exceção do segundo fator, e que o desvio padrão, apesar de sensivelmente alto, se analisado pela média e mediana, relata-se que

a maioria dos entrevistados estão percebendo positivo seu vínculo com a organização com exceção do segundo fator.

O fator 1 e 4 dizem respeito ao Comprometimento afetivo, ambos com médias (6,63 e 6,83) e medianas (6,80 e 7,00) semelhantes. No caso do desvio padrão foi encontrado um índice considerado alto, o ideal corresponde a menos de 1. Para entender melhor os resultados desses dois fatores é necessário então observar a relação da média e mediana. Em média os colaboradores estão satisfeitos, mas o desvio padrão alto desconsidera tal afirmativa, dessa forma analisando a mediana, pode-se relatar que metade da amostra pesquisada marcou até o índice de 6,80 para o primeiro fator e 7,00 para o quarto fator, isso quer dizer que a outra metade assinalou acima desses valores, ou seja, a amostra considera-se altamente comprometida afetivamente com a organização.

O fator 3 que diz respeito ao comprometimento normativo evidenciou índices indiferentes, ou seja, não são considerados altos e nem tão baixos, entende-se nesse fator que os entrevistados estão duvidosos ou possuem motivos para não se posicionarem aos extremos das escalas. Analisando a média (5,40) e relacionando com a mediana (5,33), e não com o desvio padrão, por que ele sozinho relata índices ainda maiores de divergência das respostas dos colaboradores, entende-se que a amostra é imprecisa quanto realmente estar vinculada ou não as variáveis desse fator.

O fator 2 está associado as questões que remetem ao comprometimento instrumental, novamente com desvio padrão alto, sendo necessário observar o comportamento dos índices da média (4,80) e da mediana (4,80). Assim entende-se que os entrevistados não estão vinculados predominantemente por questões de custo e benefício na organização, pois na escala *likert* esse índice da média e mediana são considerados baixos, ou nesse caso, pouco internalização das variáveis que dizem respeito ao construto.

Percebe-se através da relação dos quatro fatores, que os colaboradores estão comprometidos predominantemente afetivamente, criando um vínculo sentimental com a empresa. Num segundo momento as normas e regras internalizam-se no entrevistado e ele percebe que permanecer na empresa é uma obrigação moral, mas há razões ou motivos, esses não claros para a pesquisa, que fazem com que ele fique incerto dessa reflexão. Por último o compromisso que assume um caráter de custo ou benefício, seja por tempo despendido para a empresa, seja por questões de onerosas, relatando que os entrevistados não estão vinculados a empresa predominantemente por essas razões.

Através dos resultados da análise do comprometimento organizacional unidimensional e multidimensional, respectivamente, pode-se relatar que o primeiro é mais internalizado pelos entrevistados do que todos os demais construtos da base multidimensional. Já a análise do comprometimento multidimensional evidencia que o comprometimento organizacional afetivo (AFE) e o comprometimento organizacional Afetivo Negativo são os mais internalizados pelos respondentes na percepção de múltiplas dimensões, seguido da internalização do comprometimento organizacional normativo (NOR) e posteriormente, sob uma percepção negativa, o comprometimento organizacional instrumental (INS).

Dessa forma percebe-se que o comprometimento organizacional afetivo, que envolve a internalização do sentimento pela empresa é o mais forte entre os construtos quando questionados sobre vínculo ou compromisso pela organização. Num segundo momento a internalização de normas e convergência de valores e objetivos (comprometimento organizacional normativo (NOR) individuais e organizacionais tende a ser percebido como compromisso que permeia entre a escala positiva e negativa, ou seja, o entrevistado posiciona-se sob um ponto de vista duvidoso, em que a incerteza é predominante. Por último, o comprometimento organizacional instrumental (INS) é visto sob um enfoque mais negativo, ou seja, os entrevistados demonstram pouco vínculo com a organização por motivos do equilíbrio entre o custo e benefício em permanecer na empresa.

Numa percepção geral do comprometimento organizacional pode-se relatar através dos resultados que a amostra predominantemente demonstra um vínculo que internaliza, primeiro, sentimentos e carinho pela organização, onde sua permanência se dá por esse sentimento e segundo pela convergência dos valores e crenças compartilhados, mais pelo primeiro motivo do que pelo segundo, e distancia-se a razão de permanecer na empresa por motivos de custo e benefícios tangíveis.

4.4. Análise fatorial dos valores humanos

Para a análise fatorial foram utilizadas inicialmente as 18 questões relacionadas aos valores pessoais conforme a Teoria Funcionalista. A Tabela 7 apresenta o percentual de variância explicada pelas dimensões.

Dimensões	Autovalores	Variância explicada	
		Percentual	Acumulada
1	5,825	24,575	24,575
2	1,915	11,882	36,457
3	1,248	10,301	46,757
4	1,166	9,649	56,407

Tabela 7: Percentual de variância explicada pelas dimensões
Fonte: Elaborada pelos autores

Devido ao percentual de variância encontrado (56,407), e o mínimo desejado pela teoria é 60%, os autores excluíram cada um dos fatores, um por vez, e executaram novamente a fatorial, até encontrar o fator que, sendo excluído, explicaria as dimensões por um percentual de variância maior que 60%, como exige a teoria estatística (HAIR et al., 2005).

Os testes de adequação e especificidade da amostra de dados foram satisfatórios. O KMO apresentou um coeficiente de 0,734. O teste de especificidade de Bartlett assumiu o valor 641,773 significativo a 1%. A Tabela 8 apresenta o percentual de variância explicada pelas dimensões.

Dimensões	Autovalores	Variância explicada	
		Percentual	Acumulada
1	2,858	22,512	22,512
2	1,429	19,563	42,075
3	1,137	18,202	60,276

Tabela 8: Percentual de variância explicada pelas dimensões
Fonte: Elaborada pelos autores

A primeira dimensão sozinha explica 22,51% da variância. Em conjunto as três dimensões explicam 60,27% de toda a variância.

Observa-se que todos os coeficientes obtidos foram significativos acima de 0,40, considerado o mínimo desejável para que a carga fatorial seja significativa em amostras superiores a 200 casos (HAIR et al., 2005).

Primeiramente o fator 1 possui tipo de orientação pessoal, denominando-se segundo o presente estudo como dimensão realização com um cunho ainda pessoal mas permeado por um motivador que expressa necessidades tanto materialistas como abstratas. O segundo fator desenvolvido pela fatorial demonstra que uma nova dimensão foi criada, denominando-se de

dimensão cognitiva, com orientação central e cunho humanitário. O terceiro fator diz respeito ao seguimento de normas e regras da sociedade, ainda materialista mas agora com uma orientação social, ou seja, primar por saúde passa a ser algo que a sociedade entende como correto, entende como uma crença que todo o ser humano deve persistir para alcançar.

Para avaliação da confiabilidade da dimensão, foi calculado o *Alpha de Cronbach*, cujos resultados são apresentados na Tabela 9.

Dimensões	Alpha de Cronbach
1	0,683
2	0,636
3	0,552

Tabela 9: Valores do Alpha de Cronbach para cada uma das dimensões

Fonte: Elaborada pelos autores

Hair et al. (2005) recomendam que a consistência interna, para que seja considerada satisfatória, deve possuir os valores iguais ou superiores a 0,6. O resultado da Tabela 9 mostra que nem todas as dimensões apresentaram valor superior ao limite, indicando inconsistência interna, dessa forma somente a dimensão 1 e 2 serão foco de estudo para as análises posteriores, pois a dimensão 3 não possui consistência interna mínima segundo Hair et al. (2005). Assim, a partir do resultado obtido pela Análise Fatorial e confirmação da consistência interna foram construídos dois construtos relacionados aos valores humanos, o primeiro construto foi denominado realização, pois expressa necessidades pessoais com cunho motivacional humanitário e materialista. O segundo construto denomina-se cognitivo, pois expressa necessidades motivacionais humanitárias com uma orientação central que tende ao social.

Cada dimensão corresponde à média das variáveis preponderantes para a mesma, ou seja, ela construída a partir da média das respostas dadas às variáveis extraídas para cada fator, dessa forma cabe analisar também a média, mediana e desvio padrão de cada dimensão encontrada, conforme tabela 10.

Dimensões	Média	Mediana	Desvio padrão
1	6,41	6,50	1,81
2	6,93	7,33	1,76

Tabela 10: Média, Mediana e Desvio Padrão para cada uma das dimensões.

Fonte: Elaborada pelos autores

Percebe-se na análise da Tabela 10, que as médias gerais dos construtos encontrados pelos resultados da fatorial, são satisfatoriamente positivo, seguidos dos bons índices das medianas, e o desvio padrão, apesar de sensivelmente alto, se analisado pela média e mediana, relata-se que a maioria dos entrevistados estão percebendo positivo seu vínculo com a organização.

O fator 1 que diz respeito ao construto realização, com média moderadamente satisfatório (6,41), corroborada por sua mediana (6,50) e com bom índice de desvio padrão (1,81). Analisando os três índices, relata-se que o entrevistado internaliza os valores dessa dimensão, e acredita que eles norteiam sua vida, mas não com tamanha devoção, pois o índice encontrado está próximo do índice da escala *likert* (5) que supostamente relataria certa indiferença ou insegurança por parte do respondente, mas não uma negação. Assim entende-se que valores como prestígio, emoção, poder e prazeres norteiam esse construto e caracterizam o colaborador como aquela pessoa que prima ser admirada (prestígio) e com isso

tem mais motivação para a busca de emoções ou aventuras, e essa contemplação influencia a percepção das pessoas que observam esse indivíduo motivado, ou seja, o público externo, e isso ajudaria a influenciar esse grupo sobre suas decisões, ou até mesmo facilitar a inserção desse indivíduo como líder do grupo que o observa, e esse contexto vivenciado, o ser humano entende que é uma forma de desfrutar a vida.

Já o fator 2 denomina-se construto cognitivo, com média (6,93), seguido da mediana (7,33) e um bom índice de desvio padrão (1,76), observando o comportamento dos três índices, relata-se que o entrevistado internaliza tais valores (beleza, conhecimento e convivência) mais que os valores de realização. Dessa forma entende-se que os entrevistados são caracterizados como pessoas que buscam apreciar o melhor da arte, da música e da literatura, também apreciando museus ou exposições, e enxergando assim beleza da cultura. Também se caracterizam pela busca do conhecimento no que tange a ênfase na procura de notícias ou informações atualizadas, e por último tendem a fazer parte de grupos, sejam sociais, religiosos ou esportivos. Assim percebe-se que esse construto denominado cognitivo possui peculiaridades relativas a estética e auto-realização com foco na busca da afiliação com outras pessoas. Entende-se que a pessoa precisa da interação social para alcançar e desfrutar das belezas da cultura em geral e da atualização constante de informações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou extrair os fatores de dois modelos conceituados e validados pela teoria sobre comprometimento organizacional e um modelo sobre valores humanos também já validados pela teoria. A amostra do estudo compreendeu 500 membros de diversas empresas dos mais variados segmentos da cidade de Caxias do Sul, localizada na Serra Gaúcha do estado do Rio Grande do Sul.

Para tanto, retornaram 411 questionários dos 500 enviados, ao analisar o perfil predominante dos entrevistados exerce funções administrativas (61,1%), enquanto a outra parcela da amostra (38,9%) concentra-se em funções operacionais. Em relação ao sexo há predominância do gênero feminino (50,5%), com média de idade de 30 anos (58,2%), a população com idade de 15 a 24 anos, relacionando esse fato com os dados encontrados, a amostra jovem dos entrevistados (34,6%) corresponde a 141 dos 411 respondentes, e 96 entrevistados (23,6 %) concentram-se entre 25 e 30 anos de idade, ou seja, a média geral da idade dos entrevistados, apesar de aparentar uma população adulta, caracteriza-se predominantemente como jovem. A amostra também se compõe predominantemente de indivíduos solteiros (48,8%), com renda média familiar com até cinco salários mínimos mensais (49,5%) seguidos de um percentual daqueles que ganham entre cinco a dez salários mínimos mensais (34%). O resultado também demonstrou que 45,0% da amostra cursam ensino superior e outra parcela de entrevistados (14,1%) já possuem graduação completa ou estão cursando pós-graduação, percebendo-se através destes dados que mais da metade dos entrevistados (59,1%) possuem nível elevado de escolaridade.

Em relação aos modelos do comprometimento organizacional relata-se que o modelo unidimensional foi mais internalizado pelos entrevistados, visto que o modelo passou de 9 (nove) variáveis para 7 (sete) após a rotação da fatorial. Logo após a análise da consistência interna e o índice da media, mediana e desvio padrão confirmaram a aceitação positiva do modelo para a amostra pesquisada.

Já o modelo multidimensional sofreu mais alterações, em relação a exclusão de variáveis, visto também que, após a execução da fatorial, originou-se uma quarta dimensão, fruto das variáveis que compunham a antiga dimensão afetiva, e que posteriormente denominou-se fator de comprometimento afetivo negativo devido a natureza negativa da pergunta. No entanto, as novas dimensões extraídas da fatorial, seguiram um padrão

semelhante ao modelo original, compondo-se das três dimensões originais (afetiva, instrumental e normativa) e somando-se uma nova, a já descrita afetiva negativa. Já em referência a análise da média, mediana, desvio padrão e consistência interna dos construtos, os resultados demonstraram que o construto afetivo foi o mais internalizado positivamente pelos colaboradores, seguido da sua versão negativa, que no caso foi positiva para a internalização do vínculo, posteriormente o construto normativo obteve maior aceitação, visto que os resultados evidenciaram uma certa incerteza pela aceitação deste, ou seja, nem positiva, nem negativa. E por último o construto instrumental que foi considerado menos internalizado pelos entrevistados, ou seja, as pessoas estão na empresa muito mais por bases afetivas e normativas do que a o equilíbrio entre custo e benefício para permanecer trabalhando.

Em relação aos dois modelos, o primeiro, unidimensional obteve os melhores resultados, tanto em média de valores quanto em consistência interna do construto. Já o modelo multidimensional obteve bons resultados quanto as médias e consistência interna, mas não tão positivos como foi encontrado no modelo anterior.

Já em relação aos construtos dos valores humanos pode-se dizer que os resultados, principalmente do objetivo geral, que foi extraído os fatores de modelos já existentes, evidenciou uma distorção com a teoria já validada. Quando todas as variáveis (18) foram submetidas à fatorial não obteve-se índice de variância satisfatória, foi necessário excluir o primeiro fator, e justamente o que mais explicava o modelo, para que atingisse o mínimo de 60% de explicação de variância. Com isso os construtos antigos não foram corroborados e novos construtos criados. Daqueles que surgiram apenas dois mantiveram estatisticamente índices de consistências internas satisfatória e posteriormente médias consideradas positivas.

Em relação aos resultados encontrados através da análise dos valores humanos pode-se dizer que o construto realização tem um foco intrapessoal, ou seja, uma ênfase ao próprio indivíduo como unidade principal de sobrevivência, ou ainda, o tipo de orientação é essencialmente pessoal. Mas são motivados por valores pragmáticos e idealistas, ou seja, guiados num momento por metas objetivas e por outros momentos por idéias abstratas que fundamentam e justificam essas metas objetivas.

Já o construto cognitivo é motivado essencialmente por valores humanitários, ou seja, valores caracterizados pela busca de idéias abstratas e menos dirigidas a metas específicas. Já o seu tipo de orientação permeia o construto da teoria funcionalista denominado suprapessoal e social, ou seja, tem uma orientação central servindo de alicerce e organizador de idéias, ao tempo que tende a preocupar-se pelas necessidades de pertença e afiliação sendo essenciais para estabelecer, regular e manter as relações interpessoais.

Percebe-se que a amostra predominantemente tem vínculo afetivo com a empresa, seguido da internalização das normas e crenças compartilhadas e posteriormente rejeita sua permanência na empresa por motivos de equilíbrio entre custo e benefício, ratificando que os trabalhadores são comprometidos principalmente por laços afetivos.

Também predominantemente há a internalização de valores que caracterizam a busca da afiliação, da constante busca de atualizações, da contemplação da beleza da arte e da cultura, e por outro lado valores que caracterizam a vida como a busca do prestígio e o reconhecimento dos outros, demonstrando que os indivíduos são frutos de suas crenças.

Ressalta-se que estudos futuros repliquem os modelos gerados pela pesquisa em função de ratificar a consistência dos resultados. Também se sugere que novos estudos repliquem os modelos originais desta pesquisa e extraiam os fatores para confrontar os resultados e verificar assim se os trabalhadores de contextos diferentes permeiam valores semelhantes e vínculos na mesma intensidade que o presente estudo. Os resultados demonstraram que somos frutos de nossas crenças, pois os valores predominantes foram ao encontro da busca de

afiliação e prestígio ao tempo que o vínculo se justifica pela internalização de sentimentos de pertença e convergência de objetivos.

6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

- ABRAHAMSSON, P. The Role of Commitment in Software Process Improvement Process – **Doctoral Thesis** – University of Oulu, Oulu, 2002.
- BECKER, H. S. Notes on the concept of commitment. **The American Journal of Sociology**, v. 66, n. 1, p. 32-40, 1960.
- COSTA, F. C.; RIBEIRO, S. R. M.; CUNHA, E. C. B.; NOBREGA, K. C.; SOUZA, W. J. Comprometimento Organizacional: Estudo de Caso em uma Indústria Têxtil. **Anais do EnGPR (I Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho)**. Natal: RN, 2007.
- GOUVEIA, V. V., MARTÍNEZ, E., MEIRA, M.; MILFONT, T. L. A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: Análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. **Estudos de Psicologia**, v. 6, n. 2, pp. 133-142, 2001.
- GOUVEIA, V. V. et al. Dimensões normativas do individualismo e coletivismo: é suficiente a dicotomia pessoal vs. social? **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 16, p. 223-234, 2003
- GOUVEIA, V.V; MILFONT, T.L; FISCHER, R; SANTOS, W.S. Teoria Funcionalista dos Valores Humanos. In: TEIXEIRA, M. L. M. (Org.). **Valores Humanos & Gestão: novas perspectivas**. São Paulo: Editora Senac, 2008.
- HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. & BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- LUZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional**. 4. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009
- MEDEIROS, C. A. F. et al. Comprometimento organizacional: o Estado da Arte da Pesquisa no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, v.7, n.4, Out./Dez. pp.187-209, 2003.
- MEYER, J. P.; ALLEN, N. J. A three-component conceptualization of organizational commitment. **Human Resource Management Review**, v. 1, p. 61-89, 1991.
- MOWDAY, R.T., PORTER, L.W., e STEERS, R.M. The measurement of organizational commitment. **Journal of Vocational Behavior**, v. 14, p. 224-247, 1979.
- _____. **Organizational linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover**. San Diego: Academic Press, 1982.
- KELMAN, H. Compliance, identification, and internalization: three processes of attitude change. **Journal of Conflict Resolution**, 1, pp. 51-60, 1958.
- MEDEIROS, C. A. F. ; ALBUQUERQUE, L. G. ; MARQUES, G. M. . Componentes do Comprometimento Organizacional e Desempenho: Identificando uma Estrutura de Relacionamentos. **Anais do 4th Iberoamerican Academy of Management Conference, 2005, Lisboa**: Universidade Nova de Lisboa, v. 1. p. 1-15, 2005.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.
- ROBBINS, S. **Fundamentos do comportamento organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 7ª Ed. 2004.
- ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: The Free Press, 1973.
- SCHWARTZ, S. H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? **Journal of Social Issues**, v. 50, n.1, p.19-45, 1994.
- WIENER, Y. Commitment in organizations. A normative view. **Academy of Management Review**, v. 7, n. 3. pp. 418-428, 1982.
- ZANELLI, J. C.; SILVA, N. **Interação humana e gestão: a construção psicossocial das organizações de trabalho**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.