

ESTUDO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS COOPERADOS EM UMA COOPERATIVA DE SAÚDE: O CASO UNIMED VALE DO SINOS/RS

Viviane Outeiro¹
Roberto Tadeu Ramos Moraes²

RESUMO

O objetivo principal do trabalho é o levantamento do grau de satisfação dos cooperados com os serviços prestados pelos colaboradores. Utilizou-se o estudo de caso de cunho exploratório e descritivo, mediante pesquisa bibliográfica. Os principais autores utilizados nesta pesquisa foram Las Casas (2012), Pinho (2000) e Davis e Newstrom (1992). Os dados relativos ao estudo de caso foram obtidos através de questionários fechados enviados por e-mail aos associados da cooperativa, e também entregues pessoalmente. A partir da análise dos dados, ficou comprovado que a satisfação desses é um dos fatores principais para a permanência da empresa no mercado. Concluiu-se que a empresa possui um nível satisfatório na maioria dos itens pesquisados, mas alguns pontos devem ser melhorados para que a empresa consiga cada vez mais elevar o nível de satisfação de seus colaboradores e cooperados, e, com isso, consolidar a sua permanência no mercado.

Palavras-chave: Cooperados. Cooperativa. Satisfação.

ABSTRACT

The main objective is to raise the level of satisfaction of the cooperative with the services rendered by employees. Case study of exploratory and descriptive, using bibliographic search was used. The main authors of this research were Las Casas (2012), Pine (2000) and Davis and Newstrom (1992). Data for the case study were obtained through closed questionnaires sent by email to members of the cooperative, and also personally delivered. From the data analysis it was proved that their satisfaction is a main stay for the company in the market factors. It was concluded that the company has a satisfactory level in most areas surveyed, but some points need to be improved so that the company can increasingly raise the level of customer satisfaction and thus to consolidate their stay in the market.

Keywords: Cooperative. Cooperative. Satisfaction

1

Acadêmica do Curso de Administração com Linha Específica: Administração Geral – Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. vivianeouteiro@hotmail.com

2

Professor orientador – Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. masprm@faccat.br

1. INTRODUÇÃO

Num cenário de grande competitividade, é de fundamental importância que as empresas satisfaçam seus clientes de forma a torná-los fiéis, fazendo com que se sintam satisfeitos de tal forma que não deixem de usufruir os serviços ou produtos proporcionados por ela, mantendo-a cada vez mais consolidada no mercado. A empresa precisa sempre estar ciente do nível em que se encontra a satisfação de seus clientes, para saber aonde ela deve melhorar.

Para este estudo foi estudada uma empresa cooperativa. As cooperativas, apesar de não terem lucratividade para si, estão inseridas no mercado como uma empresa mercantil com o objetivo de proporcionar fins econômicos a seus cooperados. Dessa forma, ela deve ter conhecimento do nível de satisfação desses, para saber se as expectativas deles estão sendo alcançadas.

O cooperativismo está em constante crescimento no Brasil, pois, segundo dados do relatório anual da OCB – Organização das Cooperativas do Brasil de 2012, há 10,4 milhões de cooperados, além desse número estar em crescimento constante, com um aumento de 4% em relação a 2011. Outra tendência, evidenciada no relatório, é o aumento na geração de empregos diretos, gerando no ano de 2012 304 mil empregos, sendo que as cooperativas de saúde responderam por cerca de 14,8% desse total, perfazendo o maior percentual.

Com a evolução e a modernização do cooperativismo e da economia mundial, os princípios cooperativistas foram reestruturados e adaptados à realidade do mundo atual, que são: **adesão voluntária e livre, controle democrático pelos membros, participação econômica dos associados, autonomia e independência, educação, formação e informação, intercooperação e interesse pela comunidade.**

A cultura cooperativista busca desenvolver a capacidade intelectual das pessoas de forma criativa, inteligente, justa e harmônica, visando a sua melhoria contínua. Os seus princípios buscam, pelo resultado econômico, o desenvolvimento social, ou seja, a melhoria da qualidade de vida. O cooperativismo possui um símbolo, cujo significado pode ser assim explicado: Círculo: eternidade da vida, não há princípio nem fim. Pinheiros: imortalidade, perseverança e fecundidade, seno os dois relacionados à necessidade de união e cooperação. Verde escuro: plantas e folhas, princípio vital da natureza. Amarelo: o sol, fonte de luz e riqueza.

Devido à importância do cooperativismo no Brasil, tanto como forma de organização como fonte de geração de emprego e renda, tendo uma importância

econômica e social cada vez maior em nosso país, pretende-se mensurar o grau de satisfação das pessoas que trabalham diretamente no ramo da saúde.

É de grande importância o desenvolvimento deste estudo de caso, pois com ele será possível trabalhar melhorias nas insatisfações identificadas na pesquisa, e identificar também as satisfações dos cooperados nos trabalhos desenvolvidos pelos seus colaboradores.

A empresa Unimed Vale do Sinos fica localizada na cidade de Novo Hamburgo, está a 40 km² de distância de Porto Alegre, capital do Estado. A cidade, de acordo com o Censo de 2010, possui 238.940 habitantes, é banhada pelo Rio dos Sinos, compreende uma área de 223 km², segundo dados coletados no *site* da Fundação de Economia e Estatística (FEE) e tem como principal fonte econômica as indústrias de calçados, comércio e construção civil.

Novo Hamburgo é considerado o maior polo comercial do Vale dos Sinos e possui, no setor de serviços, uma de suas principais atividades econômicas. Conta com uma atividade comercial com mais de 5.600 estabelecimentos.

O cooperativismo vem tendo uma importância maior na economia brasileira, com dados que apontam constante crescimento, sendo cada vez mais uma fonte de emprego. Hoje a Unimed Vale do Sinos possui 03 unidades de atendimento, 02 hospitais – dia e 01 hospital com duas unidades de internação.

A temática a ser investigada teve como pergunta orientadora: Qual o grau de satisfação percebido pelos cooperados em uma cooperativa de saúde em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores?

Ao investigar o grau de satisfação dos cooperados em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores, será possível verificar se o trabalho desempenhado na Unimed Vale dos Sinos está de acordo com as exigências dos cooperados.

Os objetivos específicos que serão utilizados para o alcance do objetivo geral são: a) Identificar qual o grau de satisfação do cooperado em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores; b) Verificar se os trabalhos desempenhados na Unimed Vale dos Sinos estão de acordo com as exigências dos cooperados; c) Identificar os fatores de insatisfação dos cooperados.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: após a introdução será apresentada, na seção dois, a fundamentação teórica que abordará o histórico do cooperativismo no Brasil e no mundo; o cooperativismo e o ramo saúde, a satisfação

do cooperado e a satisfação com o trabalho. Na seção três apresentar-se-á a metodologia da pesquisa utilizada, na sequência os resultados (seção 4) e, por fim, na seção cinco, a conclusão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Histórico do cooperativismo: do mundo ao Brasil

O Movimento Cooperativista Brasileiro (MCB) surgiu no século XIX, estimulado por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender às necessidades. De acordo com dados da (OCB, 2010), o movimento iniciou-se em 1889, na cidade de Ouro Preto (MG), com a criação da primeira cooperativa de consumo de que se tem registro no Brasil, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Em seguida, além de se espalhar por Minas Gerais, alcançou outros estados, como Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, o que foi o pontapé inicial para o surgimento de cooperativas de diversos ramos no país.

Em 1902 surgiram as cooperativas de crédito no Rio Grande do Sul, por iniciativa do padre suíço Theodor Amstadt. Já as cooperativas rurais tomaram impulso a partir de 1906 naquela região, fundadas geralmente por imigrantes de origem alemã e italiana, que trouxeram de seus países a cultura do trabalho associativo e a experiência de atividades familiares comunitárias, que os motivaram a organizar-se em cooperativas (OCB, 2010).

Conforme Gawlak (2001), a história da humanidade relata que o ser humano pratica a união há milhares de anos, pois há exemplos dos egípcios, gregos, romanos e, mais recentemente, dos incas, maias e astecas, que se valiam da união na arte de caçar, de pescar, de construir e de cultivar a terra. Também praticavam a cooperação no desenvolvimento da cultura, da arquitetura, da medicina e outras. No Brasil existem os exemplos das Missões Jesuíticas, dos quilombos e de diversos tipos de mutirões, organização das cooperativas Brasileiras.

Através do tempo, o homem conquistou seu próprio espaço, criou a máquina manual e, logo após, a máquina a vapor, quando se iniciou o processo industrial. Em meados do século XVIII surgiu a chamada Revolução Industrial. A mão de obra perdeu grande poder de troca. Os baixos salários e a longa jornada de trabalho

trouxeram muitas dificuldades socioeconômicas para a população. Diante dessa crise surgiram, entre a classe operária, lideranças que criaram associações de caráter assistencial. Essa experiência não teve resultado positivo (GAWLAK, 2010).

Segundo Gawlak (2010), com base em experiências anteriores, buscaram-se novas formas e concluíram que, com uma organização formal, chamada cooperativa, e a participação dos interessados, as dificuldades poderiam ser superadas, desde que fossem respeitados os valores do ser humano e praticadas regras, normas e princípio próprios. Reuniram-se 28 pessoas, a maioria tecelões. Discutiram, analisaram e avaliaram as ideias. Respeitaram os costumes e as tradições e estabeleceram normas e metas para a organização de uma cooperativa. Após um ano de luta, acumularam um capital de 28 libras e conseguiram abrir as portas de um pequeno armazém cooperativo em *Rochdale* (Inglaterra), em 21 de dezembro de 1844, com o nome "*Rochdale Society of Equitable Pioneers*" ou seja: Sociedade Rochdale dos Pioneiros Eqüitativos. E assim foi criada a primeira cooperativa de consumo, com base nos princípios cooperativos, organização das cooperativas Brasileiras.

Cooperativismo origina-se da palavra cooperação. É uma doutrina cultural e socioeconômica, fundamentada na liberdade humana e nos princípios cooperativos.

A cultura cooperativista busca desenvolver a capacidade intelectual das pessoas de forma criativa, inteligente, justa e harmônica, visando a sua melhoria contínua. Os seus princípios buscam, pelo resultado econômico, o desenvolvimento social, ou seja, a melhoria da qualidade de vida.

Conforme Pinho (2000), o cooperativismo pode ser entendido como movimento em função do qual crescem, mobilizam-se e se consolidam as cooperativas e que tem a finalidade de difundir os ideais em que se baseia para que haja um melhor desenvolvimento econômico e social em todas as sociedades.

Ainda para Pinho (2000), o cooperativismo caracteriza-se por ser um sistema "econômico-social" que visa ao bem-estar e à paz social, por meio da defesa dos interesses dos produtores e dos consumidores. Qualquer que seja o cooperado, independente de seu poder econômico e político, tem direito a apenas um voto nas assembleias. As sobras, ao final de cada exercício social, são distribuídas aos cooperados, na razão direta de sua participação na entrega da produção e consumo.

Esses fatores tornam o cooperativismo um sistema econômico-social que procura o interesse coletivo da produção e da distribuição (PINHO, 2000).

Para Pinho (2000), os Princípios Cooperativistas são as normas por meio das quais as cooperativas põem em prática seus valores. Ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade são alguns dos valores e normas postos em prática com o cumprimento dos Princípios Cooperativistas – que tratam da adesão dos associados, do controle da cooperativa, da participação econômica dos membros, da autonomia da cooperativa, da qualificação dos cooperados e da interação da cooperativa com outras e com a comunidade – e que dão embasamento para o legítimo funcionamento das cooperativas em suas práticas cooperativistas. Entende-se por práticas cooperativistas todas as práticas no exercício das atividades cotidianas de uma cooperativa em suas relações com todos os seus públicos, tais como os cooperados, o poder público (federal, estadual, municipal), os parceiros, os clientes, a própria cooperativa (presidência, diretoria), a sua comunidade, outras cooperativas, as associações e as entidades representativas.

2.2 O cooperativismo e o ramo saúde

As cooperativas médicas existem há três décadas quando o ramo foi desmembrado do ramo *Trabalho* em 1996, devido à sua força e representatividade. Atuam hoje em quatro áreas distintas: médica, odontológica, psicológica e de usuários. O exemplo mais marcante desse segmento é a cooperativa dos médicos, organizada pelo sistema Unimed (Sociedade Cooperativa de Trabalho Médico), com cooperativas singulares nos municípios, federações nos Estados e uma confederação em âmbito nacional, conforme dados da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2012).

Em suma, as cooperativas médicas dedicam-se à preservação e promoção da saúde humana. É um dos ramos que mais rapidamente cresceu. Presentes em todas as Unidades da Federação, cumprem importante papel junto à comunidade de cooperados, inclusive de outros ramos, com suas farmácias e comercialização de remédios a preços competitivos. Ressalte-se que, neste ramo, as cooperativas são genuinamente brasileiras, pois surgiram no Brasil e já estão expandindo-se para outros países, segundo a organização das cooperativas brasileiras (GAWLAK, 2010).

O cooperativismo é uma doutrina que tem por objetivo a solução de problemas sociais por meio da criação de comunidades de cooperação. Tais comunidades seriam formadas por indivíduos livres, que se encarregariam da gestão da produção e participariam igualmente dos bens produzidos em comum. Sua realização prática prevê a criação de cooperativas de diversos ramos de atividades socioeconômicas, como saúde; produção; consumo; crédito e educação (OLIVEIRA, 1979).

Para Oliveira (1979), as cooperativas baseiam-se nos valores de ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Conforme os seus pioneiros, o cooperativismo acredita nos valores éticos de honestidade, transparência, responsabilidade social e preservação do ambiente para o desenvolvimento sustentável.

Cooperar é agir de forma coletiva com os outros, trabalhando juntos em busca do mesmo objetivo. A prática da cooperação educa a pessoa, desenvolvendo uma mentalidade mais aberta, flexível, participativa, humana e solidária (PINHO, 2000).

2.3 Satisfação do Cooperado

A satisfação do cliente é uma das finalidades de qualquer organização, seja de uma empresa que busque lucro, de uma organização não-governamental ou de um órgão público, pois ao final de suas operações todas têm em comum alguém com expectativas em relação à organização. A competitividade do mercado tem feito com que as organizações procurem cada vez mais maneiras para se manter ativas, pois preços baixos e tecnologia não são mais garantia de bons resultados.

Hoje as organizações, sejam pequenas ou grandes, em busca da excelência, descobriram a importância da gestão da qualidade de vida do colaborador, e, por isso, as empresas estão investindo muito no capital intelectual de seus colaboradores, através de cursos, palestras, seminários, *workshop*, treinamentos entre outros (LAS CASAS, 2012).

Tais iniciativas estão cada vez mais presentes na vida corporativa das organizações de sucesso, visto que essas estão conscientizando-se cada vez mais de que as pessoas são seus maiores patrimônios (LAS CASAS, 2012).

“Muitas empresas estão objetivando a alta satisfação porque os clientes meramente satisfeitos mudam facilmente de fornecedor quando aparece uma oferta

melhor” (KOTLER, 2000, p. 58). É preciso que as empresas compreendam que o cliente insatisfeito espalha informações negativas, e, dessa maneira, a imagem da organização é prejudicada, na compreensão de Kotler (2000, p. 58).

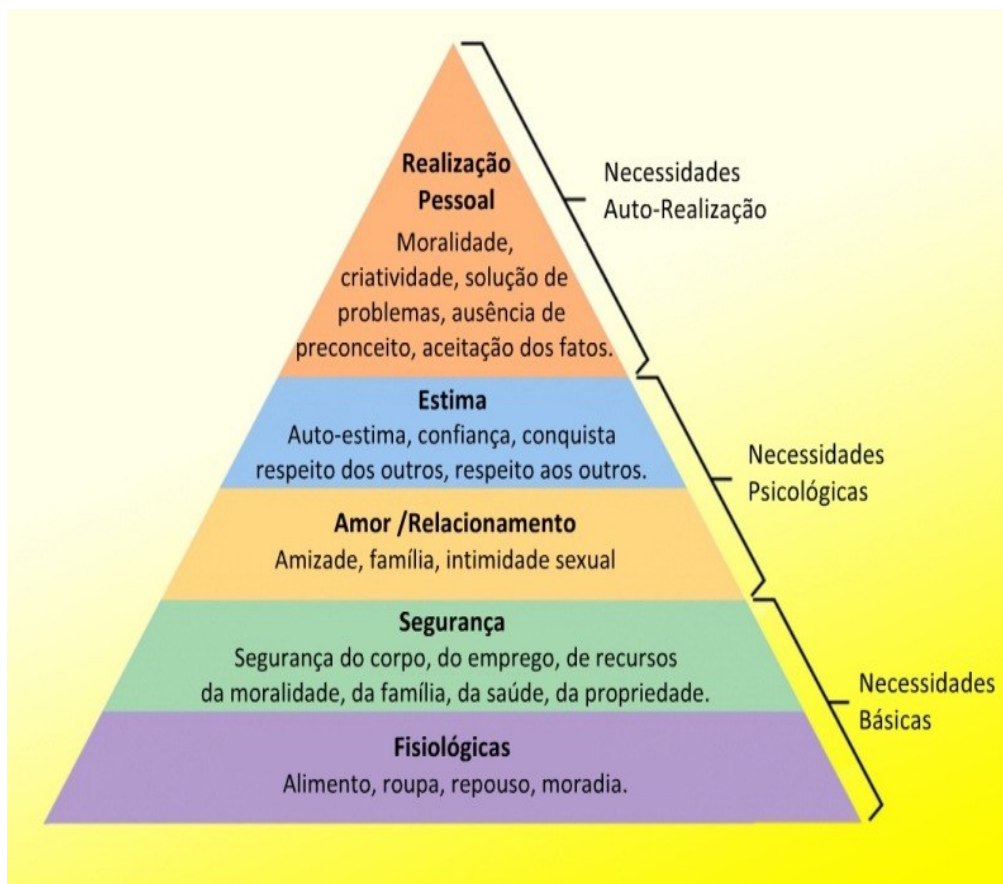
Conforme Las Casas (2012), as organizações são sistemas de atividades conscientemente coordenadas de duas ou mais pessoas, e a cooperação entre elas é essencial para sua existência. As organizações estão trabalhando para alcançarem um diferencial competitivo no mercado; estas empresas estão inserindo em suas rotinas: a) políticas; b) metodologias e ações relacionadas a treinamentos e desenvolvimento; c) remuneração; d) qualidade de vida no trabalho; e) planos de carreira; f) avaliação do desempenho; g) retenção do capital humano e; h) motivação para que os seus colaboradores sintam-se cada vez mais satisfeitos nas organizações em que trabalham.

Em virtude dos fatos mencionados acima, é possível acreditar que uma organização bem sucedida sabe que a satisfação dos colaboradores é importante e essencial para o crescimento e a sobrevivência da organização.

Segundo Las Casas (2012), não adianta ter o melhor equipamento se o funcionário não for colocado em primeiro lugar, isto é, como principal patrimônio da estrutura organizacional, que busca a eficácia e a excelência competitiva de compostos organizacionais.

É importante lembrar que não é possível fazer sempre as mesmas coisas e esperar resultados satisfatórios, é preciso criar um ambiente favorável onde os colaboradores tornem-se satisfeitos, respeitados, e sintam-se valorizados, e a empresa cooperativa tenha a contrapartida esperada (DENTZEL; DESATNICK, 1995).

Conforme Maximiano (2010), Maslow desenvolveu a ideia de que as necessidades humanas dispõem-se em uma hierarquia, conforme demonstrado no Quadro 1.



Fonte: KOTLER; KELLER (2006)

Dividida em cinco grupos, tem-se na base as necessidades fisiológicas ou básicas, que são aquelas para a manutenção biológica, como alimento, água e bem-estar físico. Em um segundo nível estão as necessidades de segurança, de proteção contra ameaças e riscos à estabilidade. No próximo nível estão as necessidades sociais, que englobam as necessidades de amizade, afeto e interação social. Nos níveis mais altos encontram-se as necessidades de estima, que incluem aquelas de autoestima e necessidade de respeito e reconhecimento. No nível mais alto estão as necessidades de autorrealização, que são as necessidades de aplicação do potencial de aptidão e habilidades no autodesenvolvimento e realização pessoal.

Segundo Morais (2007), pelo método desenvolvido por Maslow, à medida que as necessidades de primeiro nível começam a ser satisfeitas, as de segundo nível tornam-se mais importantes e, gradualmente, tendem a dominar o comportamento de uma pessoa. Segundo a hierarquia, quando as necessidades de segundo nível

tornam-se satisfeitas, as de terceiro nível passam a serem importantes e assim por diante.

Desse modo, evidencia-se que há uma sequência das mais baixas para as mais altas, em que cada pessoa vai deslocando-se para um degrau mais alto quando o anterior está razoavelmente satisfeito. É importante destacar que esse modelo não se aplica a todas as pessoas o tempo todo, mas é considerado um comportamento geral da medida que se aplica ao um grande número de indivíduos em situações normais, conforme Morais (2007).

A satisfação do cliente é essencial para o sucesso de uma organização. Segundo Detzel e Desatnick (1995), satisfação do cliente é o grau de felicidade experimentada por ele. Ela é produzida por toda uma organização – por todos os departamentos, todas as funções e todas as pessoas. Entre os clientes incluem-se compradores externos de bens e serviços de organização, fornecedores, a comunidade local, colaboradores, gerentes e supervisores (e acionistas, se a organização for de capital aberto).

2.4 Satisfação com o trabalho

Conforme Wagner e Hollebeck (1999), a satisfação envolve sentimentos de realização e de reconhecimento profissional, manifestado por meio de exercícios das tarefas e atividades que oferecem suficiente desafio e significado para o trabalho, é também um processo que governa escolhas entre o comportamento, é uma espécie de força interna que emerge, regula e sustenta todas as nossas ações mais importantes.

Para Hunt (1977), a satisfação seria o resultado de uma avaliação feita acerca de uma experiência que tenha sido, no mínimo, tão boa quanto se esperava.

Segundo Almeida, Kotler (1995), a satisfação do cliente no trabalho forma-se a partir da comparação entre o que ele viu (percepção) e o que ele esperava ver (expectativa).

Partilhando da mesma opinião de Almeida, Kotler (2001, p. 53) define a satisfação como “o sentimento de prazer ou de desapontamento, resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto ou resultado, em relação às expectativas da pessoa.

Sendo três os componentes chave para a definição no trabalho: valores, importância e percepção.

Diferem-se, assim, os valores das necessidades, sugerindo que essa última é mais bem concebida como “exigências objetivas” do corpo, essenciais à manutenção da vida, como a necessidade de oxigênio e água e que, por outro lado, os valores são “exigências subjetivas”, existentes na mente do ser humano.

O segundo componente da satisfação no trabalho é a importância. As pessoas não diferem apenas quanto aos valores que defendem, mas quanto à importância que atribuem a esses valores, e essas diferenças são cruciais na determinação de seu grau de satisfação. Por exemplo, uma pessoa pode valorizar mais um trabalho que permita viajar bastante, em contrapartida, outro indivíduo interessa-se mais por um trabalho que seja mais rotineiro e sem fortes emoções.

De acordo com Hunt e Osborn (2002), o último componente importante da definição de satisfação no trabalho é a percepção. A satisfação está baseada na percepção da situação atual em relação aos valores do indivíduo. As percepções podem não refletir com precisão total a realidade objetiva, por isso, quando essa não ocorre, deve-se dar importância para a percepção que o indivíduo tem da situação e não para a própria situação.

Ainda Davis e Newstrom (1992) apontam que a satisfação no trabalho é um conjunto de sentimentos favoráveis ou desfavoráveis, relativo ao prazer ou dor que difere raciocínios objetivos de intenções comportamentais com as quais os empregados veem seu trabalho e relacionam-se. Por isso, o nível geral das atitudes dentro de um grupo complementa o ambiente organizacional, uma vez que os indivíduos frequentemente buscam seus padrões sociais junto aos colegas de trabalho.

Segundo Hunt e Osborn (2002), a satisfação no trabalho, formalmente definida, é o grau segundo o qual os indivíduos sentem-se de modo positivo ou negativo com relação ao seu trabalho, é uma atitude ou resposta emocional às tarefas de trabalho e às suas várias facetas. Aspectos mais comuns da satisfação no trabalho relacionam-se a pagamento, desempenho e avaliação de desempenho, colegas, qualidade de supervisão, e condições físicas e sociais do local de trabalho.

Para Davis e Newstrom (1992), a satisfação no trabalho pode ser encarada também como uma atitude global ou então ser aplicada a determinadas partes do cargo ocupado pelo indivíduo. Por exemplo, embora um empregado apresente uma

satisfação global elevada no trabalho e tenha gostado de sua promoção, pode estar insatisfeito com sua programação de férias.

Por isso, a satisfação no trabalho é geralmente formada durante um determinado período de tempo, na medida em que o empregado vai obtendo informações sobre o ambiente de trabalho. Todavia, a satisfação no trabalho é dinâmica, uma vez que pode deteriorar-se muito mais rapidamente do que o tempo necessário para desenvolver-se. Os administradores precisam prestar atenção nas atitudes dos empregados semanas a semanas, mês a mês, ano após ano (DAVIS; NEWSTROM, 1992).

Chiavenato (2002) reforça a influência do sentimento de satisfação global com a vida de uma pessoa, já que, dentro de uma organização, a satisfação se faz como uma parcela da satisfação com a vida, e a natureza do ambiente de alguém fora do trabalho influencia seus sentimentos no trabalho.

Por fim, Chiavenato (2003) diz que as necessidades psicológicas estão representando um padrão mais elevado e complexo, em que raramente são satisfeitas por completo. Dentre elas, as principais são: necessidade de segurança íntima, que leva o homem à autodefesa; necessidade de participação, que é o desejo de ter contato humano, com participação em grupos ou empreendimentos; necessidade de autoconfiança, relacionado ao modo que cada pessoa avalia-se e se vê; necessidade de afeição, que está ligada à necessidade de dar e receber afeto, amor e carinho.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo aborda os aspectos relativos à sistemática utilizada para alcançar os objetivos propostos neste trabalho, compreendendo a natureza básica do estudo, caracterizando a pesquisa, apresentando o método a ser empregado, bem como procedimento de coleta, tratamento e análise dos dados obtidos, tendo em vista que o objetivo deste trabalho é o de identificar o grau de satisfação dos serviços prestados pela cooperativa.

Para desenvolver este trabalho, foi realizado um estudo de caso, exploratório e descritivo, com abordagem quantitativa. Os dados da presente pesquisa foram analisados com o uso da estatística descritiva após aplicação da escala de *Likert*. A construção do instrumento de coleta de dados levou em consideração os

referenciais teóricos apontados na pesquisa e a realidade da empresa cooperativa em estudo. Utilizou-se o modelo *Likert* para medir atitudes ou percepções dos inquiridos, perguntando-lhes em que medida estão de acordo ou desacordo com uma pergunta em particular ou uma declaração. Os dados foram analisados a partir de uma escala intervalar de cinco pontos, onde 5 corresponde a *concordo totalmente* e 1 a *discordo totalmente*.

A amostragem foi definida a partir de um plano amostral que contemplou um erro de 5% e um grau de confiabilidade de 95,5%, conforme demonstração.

$$n = \frac{\text{desv}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + \text{desv}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{2^2 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 450}{5^2 \cdot (450 - 1) + 2^2 \cdot 50 \cdot 50}$$

$$n = 212$$

Para se estabelecer a amostragem da pesquisa, o questionário foi aplicado para os associados ativos da cooperativa, pois, apesar da cooperativa ter 450 cooperados em seu quadro social, os realmente ativos, ou seja, aqueles que utilizam todos os serviços que a cooperativa disponibiliza, dos quais se estabeleceu os principais serviços para a realização da pesquisa, totalizaram 212 associados, sendo que, dentre esses, 52 participaram da pesquisa. Foi assinado o TCLE - houve sigilo – e a pesquisa foi aplicada no período de junho a julho de 2014.

4. RESULTADOS

Na análise dos dados, primeiramente, buscou-se observar o grau de insatisfação percebido pelos cooperados em uma cooperativa de saúde em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores, apresentado no quadro 1.

Quadro 1- Fatores de Insatisfação dos Cooperados

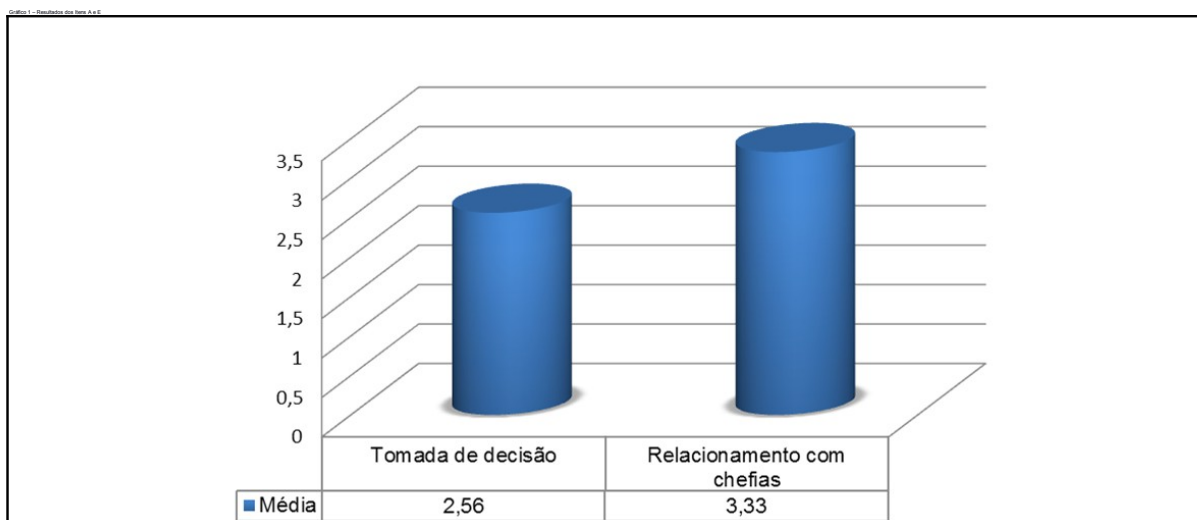
Ordem	Declaração	Índice
A	A cooperativa possibilita que os colaboradores tenham participação na tomada de decisão	2,56
B	A cooperativa possibilita crescimento profissional para os colaboradores	3,69
C	A remuneração dos colaboradores é compatível com o mercado de trabalho	3,94
D	Os benefícios oferecidos pela cooperativa atendem à necessidade do colaborador.	3,96
E	Existe uma boa relação entre os colaboradores e suas respectivas chefias.	3,33
F	Existe reconhecimento e importância do trabalho do colaborador.	3,98
G	O ambiente físico na cooperativa é de excelente qualidade	4,10
H	Existe uma boa relação entre colaboradores	3,94
Média	Insatisfação dos cooperados	3,68

Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

A média geral foi de 3,68, que pode ser considerada uma média satisfatória, sendo que o item relacionado ao ambiente físico da cooperativa teve o melhor desempenho, atingindo uma média de 4,10. Esses dados demonstram que os níveis inferiores da pirâmide de Maslow tiveram uma melhor avaliação por parte dos cooperados.

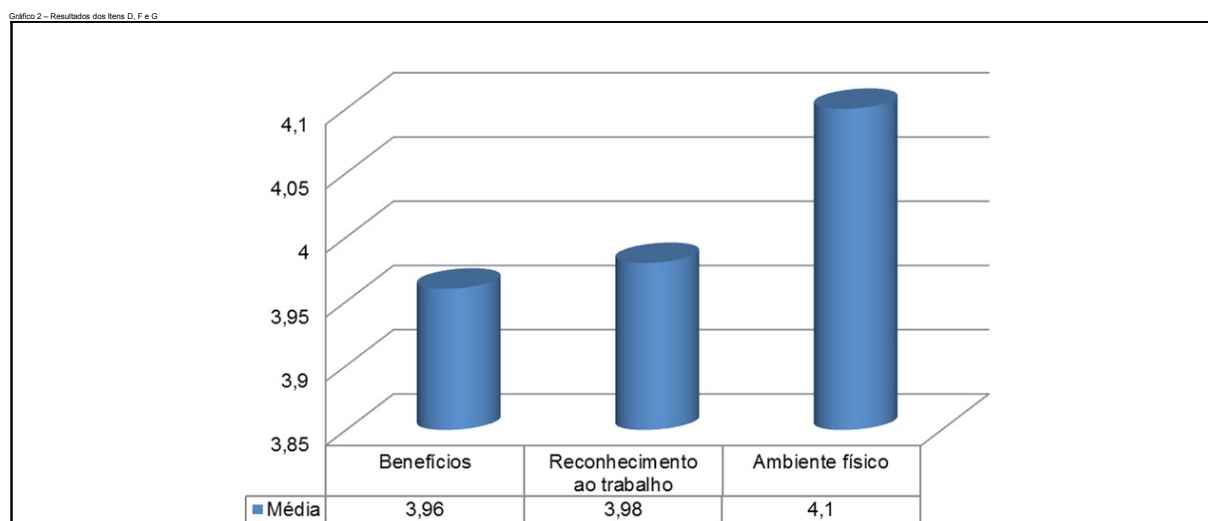
Por outro lado, o item que teve pior desempenho foi aquele relacionado à participação dos colaboradores na tomada de decisão da cooperativa, tendo um resultado de 2,56. Destaca-se que esse item foi o único que obteve uma média inferior a 3.

Analisando as respostas obtidas no estudo, de todos os itens de insatisfação, o que obteve a maior quantidade de cooperados totalmente insatisfeitos, nota 1 na escala de *Likert*, foi o vinculado ao relacionamento dos colaboradores e suas respectivas chefias, atingindo uma média de 3,33. Já se for considerado o percentual de insatisfeitos e totalmente insatisfeitos conjuntamente, notas 1 e 2 na escala de *Likert*, o item que atingiu o maior valor foi aquele relacionado à participação dos colaboradores na tomada de decisão da cooperativa, tendo esse uma média de 2,56. No Gráfico 1 são destacados os resultados desses dois itens que tiveram o pior desempenho.



Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Quando considerados os cooperados que se sentem totalmente satisfeitos, nota 5 na escala de *Likert*, os dois itens que tiveram a melhor pontuação foram aqueles relacionados aos benefícios oferecidos pela cooperativa e ao reconhecimento ao trabalho desempenhado pelos colaboradores, com uma média de 3,96 e 3,98, respectivamente. Apesar de ter atingido a maior média, com um valor de 4,10, o item relacionado ao ambiente físico da cooperativa não foi o que teve mais cooperados totalmente satisfeitos, porém, destacou-se pelo fato de ter a menor quantidade de respondentes insatisfeitos, nota 1 e 2 na escala de *Likert*. No Gráfico 2 são representados os resultados dos itens que tiveram os melhores desempenhos.



Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Para atingir o objetivo principal do trabalho, mensurou-se o grau de satisfação do cooperado em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores da cooperativa. A média de todos os itens foi de 3,75, sendo que não houve uma média que se distanciasse muito da média geral, representada no quadro 2.

Quadro – 2 Fatores de Satisfação dos cooperados

Ordem	Declaração	Índice
I	Os colaboradores atendem às necessidades dos cooperados.	3,79
J	Os colaboradores estão sempre dispostos a ajudar a cooperativa.	3,71
K	Os colaboradores entregam relatórios e planilhas na data estabelecida.	3,67
L	O colaborador desenvolve suas atividades conforme seu mapa de competências.	3,87
M	A postura do colaborador está de acordo com as normas da cooperativa.	3,87
N	A apresentação pessoal dos colaboradores é adequada.	4,13
O	O uso de adornos está sendo respeitado.	3,31
P	Os setores da Unimed estão interligados de forma adequada.	3,69
Média	Satisfação do cooperado	3,75

Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

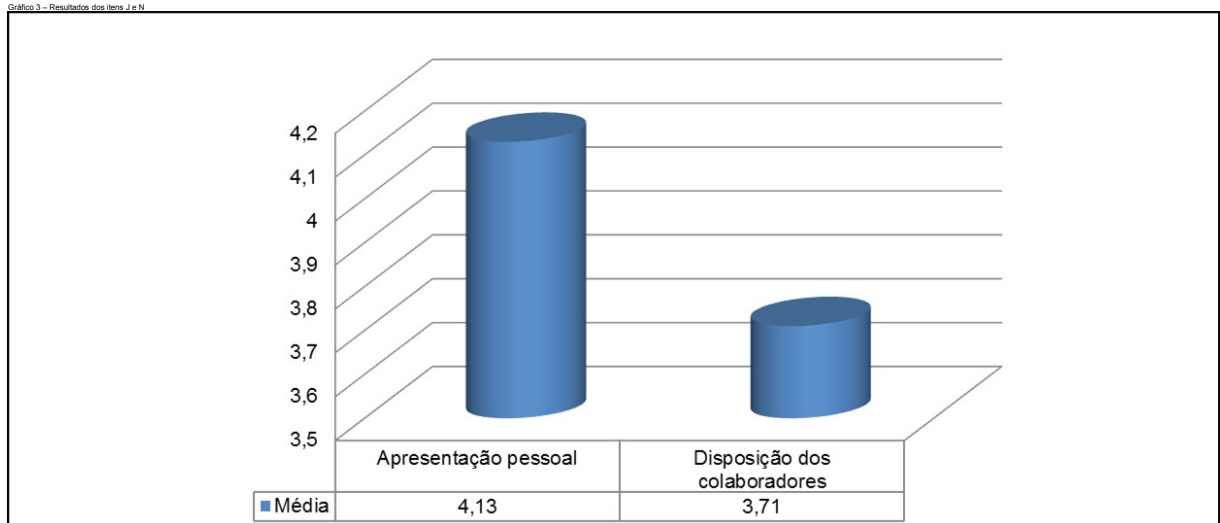
O melhor desempenho foi quando questionado aos cooperados se a apresentação pessoal dos colaboradores está adequada, obtendo um resultado de 4,13.

Por sua vez, a média mais crítica foi quando se questionou aos respondentes se o uso de adornos estava sendo respeitado, com um resultado de 3,31. Entende-se que este é um item negativo, o qual deve ser trabalhado para atingir a satisfação da cooperativa.

Analisando os dados obtidos na pesquisa, de todos os itens de satisfação, o que obteve a maior quantidade de cooperados totalmente insatisfeitos foi o mesmo que se destacou com a média mais baixa, sendo o único que teve cooperados totalmente insatisfeitos.

Em relação aos cooperados satisfeitos ou totalmente satisfeitos, nota 4 e 5 da escala de *Likert*, os itens que tiveram maior destaque foram os relacionados à apresentação pessoal dos colaboradores e à disponibilidade dos colaboradores em ajudar a cooperativa, atingindo uma média 4,13 e 3,71, respectivamente. Se considerado apenas o número de cooperados totalmente satisfeitos, nota 5 da

escala de *Likert*, o item relacionado à apresentação pessoal dos colaboradores destacou-se com o maior número, o que justifica esse item ter tido a maior média. No Gráfico 3 são representados os resultados desses itens que tiveram melhor desempenho.



Fonte: Dados da Pesquisa (2014)

Conforme Wagner e Hollebeck (1999), a satisfação envolve sentimentos de realização e de reconhecimento profissional, manifestados por meio de exercícios das tarefas e atividades que oferecem suficiente desafio e significado para o trabalho; é também um processo que governa escolhas entre o comportamento, é uma espécie de força interna que emerge, regula e sustenta todas as nossas ações mais importantes.

Ainda Davis e Newstrom (1992) apontam que a satisfação no trabalho é um conjunto de sentimentos favoráveis ou desfavoráveis, relativo ao prazer ou a dor que difere raciocínios objetivos de intenções comportamentais com as quais os empregados veem seu trabalho e se relacionam. Por isso, o nível geral das atitudes dentro de um grupo complementa o ambiente organizacional, uma vez que os indivíduos, frequentemente, buscam seus padrões sociais junto aos colegas de trabalho.

Segundo Hunt e Osborn (2002), a satisfação no trabalho formalmente definida é o grau segundo o qual os indivíduos sentem-se de modo positivo ou negativo com relação ao seu trabalho, é uma atitude ou resposta emocional às tarefas de trabalho e às suas várias facetas. Aspectos mais comuns da satisfação no trabalho

relacionam-se com pagamento, desempenho e avaliação de desempenho, colegas, qualidade de supervisão, condições físicas e sociais do local de trabalho.

Conforme Las Casas (2012), a satisfação do colaborador é uma das finalidades de qualquer organização, seja de uma cooperativa que busque lucro, de uma organização não-governamental ou um de órgão público, pois ao final de suas operações todas têm em comum alguém com expectativas em relação à organização. A competitividade do mercado tem feito com que as organizações procurem cada vez mais maneiras para se manter ativas, pois preços baixos e tecnologia não são mais garantia de bons resultados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa, verificou-se o grau de satisfação dos cooperados em relação ao trabalho desempenhado pelos colaboradores de uma cooperativa de saúde, um ramo de atividade em constante crescimento no Brasil. Neste estudo, a partir dos objetivos propostos, da metodologia escolhida e aplicada e do embasamento teórico dos autores citados, foi possível identificar que os cooperados da Unimed Vale do Sinos estão satisfeitos com o trabalho desempenhado pelos colaboradores, pois os fatores de insatisfação e satisfação dos cooperados tiveram uma boa avaliação.

Os fatores de insatisfação dos clientes internos tiveram um resultado de 3,68 pela escala de *Likert* (conceito bom), calculado pela média aritmética das oito variáveis analisadas. Apesar de ter atingido uma média satisfatória na maioria dos itens, identificou-se que o item que deve ser melhorado é na questão relacionada à tomada de decisão dos colaboradores. Como sugestão à Unimed Vale do Sinos, diante dos resultados apurados, seria importante a cooperativa incentivar os colaboradores a participarem da tomada de decisão da cooperativa, através de reuniões periódicas da diretoria, juntamente com representantes dos colaboradores. Como afirma Las Casas (2012), é possível acreditar que uma organização bem sucedida sabe que a satisfação dos colaboradores é importante e essencial para o crescimento e sobrevivência da organização. Com isso, a cooperativa deveria ficar atenta a essa situação, a fim de consolidar sua presença no mercado.

Em relação aos fatores de satisfação dos cooperados, obteve-se uma média de 3,75, sendo que o item que mais se destacou foi aquele relacionado à

apresentação pessoal dos colaboradores da cooperativa. Nesse fator de satisfação, as oito variáveis analisadas tiveram conceito bom.

Um dos fatores que limitou esse trabalho foi a dificuldade na devolução das questões por parte dos entrevistados, pois os questionários foram realizados no horário do expediente de trabalho dos cooperados, limitando o tempo disponível para um aprofundamento das questões; e os enviados por correio eletrônico tiveram um retorno muito baixo. Sugere-se àqueles que tiverem interesse em aprofundar este estudo, realizarem uma entrevista com os cooperados, tendo uma amostra mais significativa.

Dessa forma, essa pesquisa visa contribuir para o aumento da bibliografia sobre o assunto, pois os resultados obtidos podem ser utilizados em estudos posteriores sobre o tema.

Após a análise dos dados abordados, constatou-se que a cooperativa é um ramo atraente e prazeroso de trabalhar, pois os cooperados estão satisfeitos com o trabalho desempenhado pelos colaboradores da Unimed Vale do Sinos, corroborando para o constante crescimento verificado no cooperativismo no Brasil.

Conclui-se que este estudo destaca a importância do conhecimento dentro de uma cooperativa do grau de satisfação das necessidades humanas. A cooperativa, reconhecendo as necessidades não atendidas, pode evitar comportamentos negativos e, ao visualizar oportunidades para a satisfação de necessidades, pode ter consequências motivacionais positivas. Em um mercado cada vez mais competitivo, é um importante diferencial manter as pessoas motivadas dentro do ambiente de trabalho. De acordo com os dados levantados na pesquisa, o grau de satisfação pode ser um dos elementos que justifica o crescente aumento da participação das cooperativas na economia brasileira, inclusive na geração de empregos.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à teoria geral da administração*. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COOPERATIVISMO DE CRÉDITO. *Histórico do cooperativismo no Brasil*. Disponível em: <<http://www.coopetivismodecredito.com.br>>. Acesso em: 15 de mar. 2014.

DETZEL, Denis H; DESATNICK, Robert L. *Gerenciar bem é manter o cliente*. São Paulo: Pioneira, 1995.

GAWLAK, Albino; RATZKE, Fabiane Allage Y. *Cooperativismo: filosofia de vida para um mundo melhor*. Curitiba: Ocepar, 2001.

GIL, Antonio. C.; *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HERZBERG, Frederick. *Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

HUNT, James; OSBORN, Richard. *Fundamentos do comportamento organizacional*. São Paulo: Bookman, 2002.

LAS CASAS, A. L. *Excelência em Atendimento ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo*. Ed. M.Books do Brasil Editora LTDA. São Paulo 2012 ISBN: 978.85-7680-126-9.

LOVELOCK, C. L. W., *Serviços: Marketing e Gestão*. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa científica*.

MCGREGOR, Douglas. *O lado humano da empresa*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MORAIS, Roberto Tadeu Ramos, *Administração: conceitos e práticas*. Taquara: Faccat, 2007.

NEWSTROM, John; DAVIS, Keith. *Comportamento humano no trabalho*. São Paulo: Pioneira, 1992.

OLIVEIRA, N.B. de. *Cooperativismo: guia prático*. Porto Alegre:[s.n.], 1979.

ORGANIZAÇÃO DA COOPERATIVAS BRASILEIRA – OCB. Disponível em: <www.ocb.org.br/site/ramos/saude_historia.asp>. Acesso em: 17 de mar. 2014.

PINHO, Diva B. *Gênero e desenvolvimento em cooperativas: compartilhando igualdade e responsabilidades*. Esetec. Brasília: SESCOOP/OCB, 2000.

PINHO, Diva Benevides (2004), *o cooperativismo no Brasil*.

POLONIO, Wilson Alves. *Sociedades Cooperativas*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

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

SCHERMERHON Jr., John R. *Administração*. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO – SESCOOP, Livro cooperativismo, 2010.

WAGNER III, John A; HOLLENBECK, John R. *Comportamento Organizacional: Criando vantagem competitiva*. São Paulo: Saraiva, 1999.

WHITELEY, Richard. *A empresa totalmente voltada para o cliente*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.