

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ADMINISTRAÇÃO

**A INFLUÊNCIA DE VALORES PESSOAIS NA SATISFAÇÃO NO
TRABALHO: Um estudo de caso na Universidade Federal de Minas Gerais
– *Campus Montes Claros***

DAYANA FERREIRA NOVAIS BRAZ

Dayana Ferreira Novais Braz

**A INFLUÊNCIA DE VALORES PESSOAIS NA SATISFAÇÃO NO
TRABALHO: Um estudo de caso na Universidade Federal de Minas Gerais
– *Campus Montes Claros***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial, para obtenção do título de Bacharel em Administração.

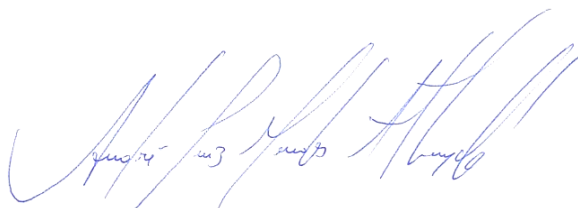
Orientador: Prof. Dr. André Luiz Mendes Athayde

Dayana Ferreira Novais Braz. **A INFLUÊNCIA DE VALORES PESSOAIS NA SATISFAÇÃO NO TRABALHO:** Um estudo de caso na Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus Montes Claros*.

Aprovada pela banca examinadora constituída por:

Prof. Dr. Fausto Makishi

Profa. Dra. Flávia Maria Galizoni



Prof. Dr. André Luiz Mendes Athayde – Orientador ICA/UFMG

Montes Claros/MG, 23 de agosto de 2021.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, autor do meu destino, companheiro de todos os momentos. Alimentou a minha alma com calma e esperança durante toda a jornada, sempre me guiando por bons caminhos e sempre me ajudou a ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da vida e do curso.

Agradeço aos meus pais Ivani e Guilherme, por todo amor e força, pelo incentivo aos estudos e pelo apoio incondicional. Sempre acreditaram no meu potencial e nunca mediram esforços para me proporcionar uma educação de qualidade. Sem vocês nada disso seria possível.

Aos meus amigos, por todo carinho, por sempre estarem ao meu lado e por todo o apoio demonstrado.

Aos meus colegas de turma, por compartilharem comigo tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso.

Também quero agradecer à Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus* Montes Claros e o seu corpo docente que demonstraram estar sempre comprometidos com a qualidade do ensino.

Por fim, deixo um agradecimento especial ao meu orientador Prof. Dr. André Luiz Mendes Athayde que me auxiliou na germinação das ideias e me deu o suporte necessário durante todo o processo de desenvolvimento da monografia, cuja dedicação e paciência serviram como pilares de sustentação para a conclusão deste trabalho. Grata por tudo.

*“O importante não é a magnitude de nossas ações,
mais sim a quantidade de amor que é colocada
nelas”.*

(Madre Teresa de Calcutá)

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi analisar a influência de valores pessoais de servidores públicos e colaboradores terceirizados da Universidade Federal de Minas Gerais - *Campus Montes Claros-MG* em sua satisfação no trabalho. Para mensuração de valores pessoais, foi adotada a versão em Português do instrumento *Portrait Values Questionnaire – Refined* (SCHWARTZ *et al.*, 2012) e, para mensuração da satisfação no trabalho, foi adotada a versão em Português do instrumento *Managerial Decisions Questionnaire – Global* (PETERSON; BARRETO; SMITH, 2016). A amostra foi composta por 220 colaboradores da Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus Montes Claros-MG*, entre servidores técnicos administrativos, servidores docentes e colaboradores terceirizados. As análises estatísticas foram realizadas com auxílio do software IBM® SPSS® 20.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Executaram-se testes de correlação de Spearman (ρ) e regressões lineares múltiplas por etapa (*stepwise*) a fim de explorar o quanto a variabilidade da satisfação no trabalho dos colaboradores pode ser explicada por seus valores pessoais. Os resultados apontaram correlação estatisticamente significativa negativa entre o valor pessoal da Autopromoção e a satisfação no trabalho. Aprofundando os resultados, identificou-se que esse valor pessoal também é capaz de prever parte da variabilidade da satisfação no trabalho, reforçando a influência que tem sido apontada pela literatura de valores pessoais em atitudes e comportamentos organizacionais. Os resultados teóricos e empíricos do presente estudo apresentam implicações práticas e que podem ser importantes, por exemplo, para a área de gestão de pessoas. Por exemplo, os resultados sugerem que a mensuração, em processos de recrutamento e seleção, do valor pessoal da Autopromoção é interessante no sentido de prever quais candidatos apresentam maior probabilidade de se satisfazerem no trabalho caso sejam contratados. O percentual de poder explicativo encontrado neste estudo, apesar de aparentemente baixo, é considerado significativo no campo das ciências sociais e em estudos de comportamento humano, dada a complexidade deste e pode colaborar para estudos ulteriores que proponham modelos explicativos da satisfação no trabalho com a inclusão de outras variáveis preditoras além de valores pessoais.

Palavras-chave: Estudo de Correlação. Estudo de predição. Satisfação no trabalho. Valores pessoais. Estatística.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Definições conceituais dos valores humanos.....	13
Quadro 2 – Hipóteses do estudo.....	17

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Características sociodemográficas dos respondentes (variáveis categóricas)	22
Tabela 2 – Características sociodemográficas dos respondentes (variáveis intervalares)	22
Tabela 3 – Matriz de correlação entre valores pessoais e satisfação no trabalho.....	23
Tabela 4– Teste de predição da satisfação no trabalho por valores pessoais dos colaboradores.....	26

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Valores básicos humanos	12
2.2 Teoria dos valores básicos humanos de Schwartz	13
2.3 Satisfação no trabalho	15
2.4 Relações entre valores pessoais e satisfação no trabalho	16
2.5 Hipóteses do estudo	17
3 METODOLOGIA	19
3.1 Caracterização da pesquisa	19
3.2 População e amostragem	20
3.3 Técnica de coleta de dados	21
3.4 Técnica de análise de dados	22
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	Erro! Indicador não definido.
4.1 Caracterização da amostra	23
4.2 Correlações entre valores pessoais e satisfação no trabalho	24
4.3 Regressões lineares múltiplas: análises de predição	27
5 CONCLUSÃO	29
REFERÊNCIAS	31
ANEXO I – Instrumento de coleta de dados para valores pessoais: <i>Portrait Values Questionnaire – Refined</i> - PVQ-RR (SCHWARTZ <i>et al.</i> , 2012).....	34
ANEXO II – Instrumento de coleta de dados para satisfação no trabalho: <i>Managerial Decisions Questionnaire – Global</i> - Mdq1GL (PETERSON; BARRETO; SMITH, 2016)....	39

1 INTRODUÇÃO

A importância dos valores pessoais como preditores de comportamentos e de atitudes, dentro e fora do ambiente organizacional, vem sendo amplamente discutida ao longo dos anos (BARDI; SCHWARTZ, 2021). Por serem norteadores das ações e atitudes dos indivíduos, torna-se relevante o conhecimento sobre valores pessoais na busca de melhores performances e de outros comportamentos e atitudes desejáveis dentro das organizações (PENA *et al.*, 2018). Schwartz *et al.* (2012) definem valores pessoais como metas desejáveis, transituacionais, que variam em sua importância e servem como princípios orientadores da vida das pessoas, agindo, assim, como importantes preditores de suas atitudes e de seus comportamentos (ROS, 2006a).

Dentre as possíveis atitudes de colaboradores dentro das organizações susceptíveis à influência de seus valores pessoais, encontra-se a satisfação no trabalho. “A satisfação é um sentimento extremamente sensível às políticas e práticas gerenciais, especialmente aquelas que definem os procedimentos e a distribuição de retornos para os comportamentos de trabalhadores” (SIQUEIRA, 2008, p. 266-267). Sendo assim, a satisfação no trabalho envolve um conjunto de emoções dos colaboradores que parte da avaliação de seu desempenho, do seu reconhecimento na empresa e no mercado, e é um sentimento positivo ou negativo que interfere, diretamente, no rendimento do colaborador dentro da organização.

O elo que se faz entre os valores pessoais e sua influência na satisfação no trabalho é reforçado a partir da visão de Brief (1998) de que a satisfação no trabalho envolve sentimentos e crenças. Ademais, a ideia defendida por alguns autores de que a satisfação se constitui uma atitude pode ser conectada à de Schwartz (2005) de que valores podem fornecer poder preditivo e explicativo na análise das atitudes.

Beraldo e Bergamini (1988) asseveram que as concepções de satisfação no trabalho só possuem validade se forem consideradas as diferenças individuais resultantes das variáveis inatas. Seguindo esse raciocínio, dentre as variáveis internas ao ser humano, destacam-se os valores humanos por serem princípios enraizados dificilmente modificáveis – transituacionais –, os quais norteiam a vida dos indivíduos (SCHWARTZ, 2005). Neste cenário, a presente pesquisa norteou-se pelo seguinte problema: qual a influência de valores pessoais dos colaboradores em sua satisfação no trabalho?

Portanto, baseando-se em evidências da literatura que apontam que valores pessoais se relacionam a comportamentos e atitudes dos indivíduos, o presente estudo teve

como objetivo geral analisar a influência de valores pessoais de servidores públicos e colaboradores terceirizados da Universidade Federal de Minas Gerais - *Campus* Montes Claros-MG em sua satisfação no trabalho, escolhida por questões de acessibilidade da pesquisadora. Subsidiando o alcance do objetivo geral, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: levantar hipóteses, com respaldo teórico, acerca das correlações entre valores pessoais e satisfação no trabalho; explorar e discutir, teoricamente, quais valores pessoais apresentam correlações estatisticamente significantes com a satisfação no trabalho; explorar e discutir, teoricamente, quais valores pessoais apresentam correlações com a satisfação no trabalho; e explorar o poder de predição de valores pessoais de colaboradores em sua satisfação no trabalho. 0020

O interesse em investigar, no presente estudo, a influência de valores pessoais na satisfação no trabalho não surgiu aleatoriamente, mas baseado em fortes evidências da literatura concernente à da área de Comportamento Organizacional e da área de Psicologia Social, que é uma das áreas da Psicologia que mais profunda e amplamente tem influenciado o Comportamento Organizacional: o campo relacionado com atitudes, tomada de decisão, processos interpessoais e comportamento individual e de grupo em ambientes de trabalho (JUDGE *et al.*, 2008). Há fortes evidências teórico-empíricas que apontam que comportamentos e atitudes humanas são influenciados pelo perfil psicológico dos indivíduos, tais como pelos seus valores pessoais. Os valores humanos guiam as ações e atitudes humanas, provendo padrões aos indivíduos para avaliarem e justificarem seus próprios comportamentos e suas próprias atitudes (LEISEROWITZ; KATES; PARRIS, 2006). Sendo assim, há maior probabilidade de que as pessoas apresentem comportamentos e atitudes que expressem os seus próprios valores (POHLING *et al.*, 2016; LONNQVIST *et al.*, 2013).

A realização desta pesquisa apresenta benefícios teóricos, ao aprofundar a discussão sobre possíveis correlações existentes entre variáveis psicológicas dos indivíduos e a satisfação dos mesmos no trabalho dentro do qual estão inseridos, assim como comparou os resultados com achados de pesquisas anteriores relativas ao tema. Ademais, há benefícios práticos e gerenciais, permitindo à gestão do *campus* universitário analisado conhecer características de seus servidores docentes, técnicos administrativos e colaboradores terceirizados. As referidas características podem servir de subsídio para ajustes estratégicos em termos de gestão de pessoas e de políticas organizacionais. O presente estudo não apenas descreve o nível de satisfação no trabalho dos colaboradores da unidade de análise, mas aprofunda a discussão, sugerindo valores pessoais capazes de predizer uma fração da

variabilidade dessa satisfação. A relação entre valores pessoais e satisfação no trabalho vem sendo amplamente discutida ao longo dos anos, e fica evidente que as organizações têm encontrado, nas pessoas, um importante fator para o seu desenvolvimento. Espera-se que os resultados obtidos neste estudo possam reforçar o desenvolvimento de ações que atendam às demandas e às necessidades dos profissionais, considerando-se a importância do trabalho para o ser humano, buscando a satisfação dos mesmos.

A seguir, apresentar-se-á a fundamentação teórica do presente estudo, compreendendo os seguintes temas: valores básicos humanos, teoria dos valores básicos humanos de Schwartz, satisfação no trabalho, bem como as hipóteses levantadas com respaldo teórico. Logo após, apresentar-se-ão os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, tais como a caracterização da pesquisa, a descrição da amostra e as técnicas de coleta e de análise de dados. Em seguida, apresentar-se-ão os resultados, os quais serão discutidos à luz da teoria e, por fim, as considerações finais da pesquisa com sugestão de estudos ulteriores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Valores básicos humanos

Valores são objetivos amplos, motivacionais e transituacionais das pessoas que afetam a sua interpretação individual de situações, preferências, escolhas e ações (KNAFO; ROCCAS; SAGIV, 2011). Valores são guias que orientam as atitudes e os comportamentos das pessoas (SCHWARTZ, 2012), bem como representam concepções socialmente compartilhadas sobre o que é bom, certo e desejável (KNAFO; ROCCAS; SAGIV, 2011).

Ros (2006b) destaca três aspectos fundamentais acerca dos valores. Em primeiro lugar, os valores são crenças prescritivas que indicam ao indivíduo o que é adequado ou não realizar. Em segundo lugar, são transituacionais, ou seja, são relativamente estáveis em diferentes situações. Terceiro, eles são organizados de acordo com a importância dada pelo indivíduo a cada um deles. Para Roccas e Sagiv (2009), os valores constituem o núcleo da personalidade do indivíduo e são a base de seu autoconceito. Um valor importante é importante em muitas situações. Essa característica transituacional distingue valores de normas, atitudes e objetivos específicos, os quais, geralmente, referem-se a ações, objetos ou situações específicas.

Como influenciadores de atitudes e comportamentos humanos, os valores pessoais são elementos importantes, também, na relação de um indivíduo com o seu trabalho (BORGES; TAMAYO, 2001), razão pela qual os mesmos são investigados, na presente pesquisa, em suas possíveis correlações com a variável dependente satisfação no trabalho.

O estudo seminal acerca de valores humanos foi desenvolvido por Rokeach (1973), o qual construiu um instrumento de medida de valores, conhecido como *Rokeach Values Survey* (RVS). Seu trabalho recebeu muitas críticas à época, uma vez que ele não demonstrou como os valores estão estruturados. Sem essa estrutura, é impossível avaliar as consequências de privilegiar certos valores frente a outros. As deficiências da pesquisa Rokeach (1973) foram o ponto de partida para o desenvolvimento da conhecida Teoria dos Valores Básicos Humanos de Schwartz (SCHWARTZ, 1992; SCHWARTZ *et al.*, 2012), escolhida nesta pesquisa como a base teórica principal para a variável valores pessoais. Essa escolha foi feita com base no fato de que uma hierarquia de valores pessoais é crucial para influenciar percepções, atitudes e comportamentos, uma vez que a maioria das escolhas

contrastam, pelo menos, dois valores. A teoria de Schwartz apresenta, satisfatoriamente, essa hierarquia de valores e é a teoria mais utilizada na literatura nacional e internacional para essa temática. A mesma será detalhada a seguir.

2.2 Teoria dos Valores Básicos Humanos de Schwartz

Para Schwartz (1992), os valores são critérios usados por um indivíduo para avaliar ações, pessoas e eventos. Ao contrário das necessidades e motivações, que podem ser inconscientes, os valores são representados cognitivamente de maneira que permitem às pessoas pensar e falar sobre os mesmos. Segundo o referido autor, os valores representam o que é realmente importante para o indivíduo. São crenças ligadas às emoções e geram sentimentos no indivíduo, positivos ou negativos. Os valores são uma construção motivacional, orientam as pessoas quanto aos seus alvos; são transituacionais – não relacionados a situações e objetos específicos –; e são organizados hierarquicamente, de acordo com a importância de cada valor em detrimento dos demais.

Schwartz (2005) assevera que o valor é um “princípio guia” que possui um caráter antecedente às escolhas, atitudes, avaliações e ações humanas. Em sua teoria, Schwartz (1992) sugere que os valores humanos são universais, por serem baseados em requisitos básicos para a existência humana e são concepções profundamente enraizadas, ou seja, dificilmente modificadas ao longo do tempo.

Inicialmente, Schwartz (1992) identificou dez valores universais e os agrupou em quatro categorias mais amplas: *Abertura à Mudança* (composta pelos valores Autodireção e Estimulação), que encoraja a independência de pensamento, de sentimento e de ação e trata da receptividade à mudança. Esses valores entram em conflito com os valores da categoria *Conservação* (conformidade, tradição e segurança), que exige autorrestrrição submissa, preservação das práticas tradicionais e proteção da estabilidade. A terceira categoria é a *Autotranscendência* (universalismo e benevolência), que enfatiza a aceitação dos outros como iguais e a preocupação com o seu bem-estar. Esses, por sua vez, entram em conflito com os valores da categoria *Autopromoção* (poder e realização), que encoraja a busca do próprio sucesso e domínio sobre os outros. Posteriormente, a estrutura de dez valores foi refinada para uma estrutura de dezenove valores – com o objetivo de oferecer maior poder explicativo universal –, tendo sido testada em mais de dez países (SCHWARTZ *et al.*, 2012;

SCHWARTZ; TORRES; NASCIMENTO, 2016). Em suma, a teoria refinada de valores básicos humanos (SCHWARTZ *et al.*, 2012) é composta por quatro categorias de valores (tipos motivacionais) as quais se desmembram em um total de 19 valores, cujos conceitos se apresentam no Quadro 1.

Quadro 1 - Definições conceituais dos valores humanos

Tipos Motivacionais	Valores	Definição
Abertura à mudança	Autodireção de pensamento	Liberdade para cultivar as próprias ideias e habilidades
	Autodireção de ação	Liberdade para determinar suas próprias ações
	Estimulação	Excitação, novidade e mudança
Autotranscedência	Humildade	Reconhecer sua insignificância no esquema maior das coisas
	Benevolência de dependência	Ser um membro de confiança do grupo
	Benevolência de cuidado	A devoção ao bem-estar dos membros do grupo
	Universalismo - Compromisso com a sociedade	Compromisso com a igualdade, justiça e proteção de todas as pessoas
	Universalismo - Preocupação com a natureza	Preservação do ambiente natural
	Universalismo – tolerância	Aceitação e compreensão daqueles que são diferentes de si mesmo
Autopromoção	Hedonismo	Prazer e senso pessoal de gratificação
	Realização	Sucesso de acordo com as normas sociais
	Poder de domínio	Poder por meio de exercer controle sobre as pessoas
	Poder de recursos	Poder por meio do controle de recursos materiais e sociais
Conservação	Face	Segurança e poder de manter a sua imagem pública e evitar humilhação
	Segurança pessoal	Segurança no seu ambiente
	Segurança social	Segurança e estabilidade na sociedade em geral
	Tradição	Manter e preservar tradições familiares, religiosas ou culturais
	Conformidade para regras	Conformidade com as regras, leis e obrigações formais
	Conformidade interpessoal	Evitar perturbar ou prejudicar outras pessoas

Fonte: Adaptado de Schwartz *et al.* (2012).

A influência dos valores sobre outras variáveis comportamentais e atitudinais já foi confirmada em vários estudos (ex.: BARDI; SCHWARTZ, 2003; SAGIV, 2002; BARDI; CALOGERO; MULLEN, 2008; HITLIN; PILIAVIN, 2004; SCHWARTZ; BARDI, 2001).

Discutidos os conceitos sobre valores humanos, será detalhado, a seguir, o segundo construto da pesquisa, a saber satisfação no trabalho.

2.3 Satisfação no trabalho

As teorias acerca da satisfação no trabalho, conhecida na literatura internacional como *job satisfaction*, sugerem que estar satisfeito é, essencialmente, uma atitude a partir da qual se constituem as relações do trabalhador com seu exercício laboral. Na perspectiva das teorias sobre essa temática, a atitude de satisfação possui o afeto como sua dimensão central, o qual pode ser positivo e negativo, e a diferença entre esses afetos determina o nível de satisfação de um indivíduo (LOCKE; LATHAM, 2002). Posto doutra forma, se o colaborador guarda mais afetos positivos que negativos, então ele apresentará satisfação positiva e vice-versa.

A satisfação no trabalho é uma variável que vem sendo investigada há décadas. Spector (1985) já asseverava que a satisfação no trabalho é a “representação de um agrupamento de sentimentos avaliativos sobre o trabalho; uma variável de atitude que reflete como uma pessoa se sente com relação ao trabalho de forma geral e em seus vários aspectos” (p. 695).

Uma definição de satisfação no trabalho ainda amplamente aceita é a de Locke (1969, *apud* ZANELLI *et al.*, 2004, p. 302), segundo a qual, a satisfação no trabalho se trata de “um estado emocional, positivo ou de prazer, resultante de um trabalho ou de suas experiências”. É importante ressaltar que as atitudes e comportamentos, sentimentos e emoções de cada indivíduo emergem em um determinado momento, isto é, a satisfação no trabalho não é algo constante e imutável. O indivíduo satisfeito em seu trabalho hoje não implica indivíduo satisfeito amanhã. “Existem variados fatores que contribuem para essas mudanças de nível de satisfação” (MARQUEZE; MORENO, 2005, p.72), tais como clima organizacional e remuneração.

Suar, Tewari e Chaturbedi (2006) conceituam satisfação no trabalho como a percepção do indivíduo sobre aspectos intrínsecos (níveis de responsabilidade, autonomia,

progressão funcional e outros) e extrínsecos (trabalho desafiador, salário, horas de trabalho, tipo de cargo, dentre outros) relacionados a sua atuação no âmbito das organizações. A análise da relação entre satisfação no trabalho e recompensas intrínsecas também foi discutida por Mottaz (1985), o qual apresenta os efeitos de três tipos de recompensas de trabalho sobre a satisfação no trabalho: recompensas de tarefas intrínsecas, recompensas sociais extrínsecas e recompensas organizacionais extrínsecas.

Siqueira (2008) afirma que a satisfação no trabalho está relacionada ao vínculo afetivo entre a pessoa e o próprio trabalho, no que tange às experiências agradáveis no ambiente em que essa pessoa trabalha. Para Tamayo (2001) e Warr (2007), a satisfação envolve uma diversidade de fatores presentes no ambiente da organização, relacionados à remuneração, carreira, relação com colegas e superiores, clima organizacional, autonomia e conteúdo do trabalho, segurança em relação aos perigos durante o trabalho, posição alcançada pelo trabalho realizado, justiça percebida pelo indivíduo, clareza sobre as expectativas da empresa em relação ao trabalho do colaborador e demandas geradas externamente, como o conflito entre família e trabalho etc. Por isso, a satisfação no trabalho é considerada um constructo multifatorial influenciado por uma variedade de dimensões no trabalho (RODRIGUES; BARRIQUELLO; MORIN, 2016; BIGLIARDI *et al.*, 2012; SANCHEZ *et al.*, 2014; SIQUEIRA, 2008).

Siqueira (2008) correlaciona a satisfação no trabalho às responsabilidades sociais de uma organização, ou seja, a satisfação no trabalho compreende uma maneira de monitorar o quanto uma empresa pode promover a saúde e o bem-estar de seus colaboradores. Para Queiroga e Paula (2015, p. 365), “a satisfação é uma das variáveis fundamentais para qualquer organização preocupada em manter boas práticas de gestão de pessoas”. Ademais, Milan e Maioli (2007) destacam que existem diferentes níveis de satisfação, dependendo das expectativas e se elas foram atendidas ou ultrapassadas, assim como a satisfação pode ser um estado emocional.

2.4 Relações entre valores pessoais e satisfação no trabalho

Segundo Spector (2003, p. 221), a satisfação no trabalho é uma variável atitudinal que mostra como as pessoas se sentem em relação ao seu trabalho, seja no todo, seja em relação a alguns de seus aspectos. “É o quanto as pessoas gostam do trabalho delas”. Dessa

forma, é necessário que a organização entenda a satisfação do colaborador, a fim de que o mesmo seja estimulado para uma efetiva participação na empresa.

Na década de 60, Locke (1969) já salientava que a satisfação no trabalho é o resultado da avaliação que o trabalhador tem sobre o seu trabalho ou a realização de seus valores por meio dessa atividade, sendo uma emoção positiva de bem-estar. Esse entendimento já apontava para uma possível correlação entre valores pessoais e a satisfação no trabalho, isto é, quando os valores pessoais do colaborador são reforçados em seu ambiente de trabalho, espera-se que a sua satisfação no trabalho se eleve. Como já visto, os valores são como crenças, profundamente enraizadas, as quais explicam comportamentos, escolhas, atitudes, opiniões e ações, e, também, orientam os indivíduos no julgamento que fazem de situações (SCHWARTZ, 1992; SCHWARTZ *et al.*, 2012). Portanto, se a literatura aponta que os valores pessoais influenciam as atitudes dos indivíduos, espera-se que haja correlação entre valores e a atitude de satisfação no trabalho.

Valores implicam, necessariamente, uma preferência e distinção entre o que é importante para o indivíduo e o que é secundário, entre o que tem valor e o que não tem. Assim, as prioridades de valores da pessoa definem sua visão do mundo do trabalho, das relações com os colegas e determinam a gama de interesses na vida e no trabalho (BORGES; TAMAYO, 2001).

Discutidos os dois principais construtos do estudo – valores pessoais e satisfação no trabalho –, apresentar-se-ão, a seguir, as hipóteses que foram levantadas para serem testadas empiricamente.

2.5 Hipóteses do estudo

Respalhando-se na revisão de literatura acerca de valores pessoais e da satisfação no trabalho, levantaram-se duas hipóteses que foram testadas empiricamente, descritas no Quadro 2. Para tal, foram consideradas as quatro grandes categorias de valores pessoais, a saber Conservação, Abertura à mudança, Autotranscendência e Autopromoção.

Quadro 2 – Hipóteses do estudo

Hipótese	Descrição
H1	Os valores pessoais de Conservação e Autotranscendência correlacionam-se positiva e significativamente com a satisfação no trabalho.
H2	Os valores pessoais de Abertura à Mudança e Autopromoção correlacionam-se negativa e significativamente com a satisfação no trabalho.

Fonte: Elaborado pela autora

De acordo com a hipótese 1 (H1), uma vez que o valor pessoal da Conservação está relacionado à preservação de práticas tradicionais e da estabilidade, faz sentido teórico esperar que colaboradores marcados por esse valor pessoal se mostrem mais satisfeitos no trabalho. Ainda dentro da hipótese 1 (H1), haja vista que o valor pessoal da Autotranscendência se manifesta pela aceitação dos outros como iguais e pela preocupação com seu bem-estar, também faz sentido teórico esperar que colaboradores marcados por esse valor pessoal se mostrem mais satisfeitos no trabalho. Em suma, portanto, espera-se uma correlação positiva entre os valores pessoais de Conservação e de Autotranscendência e a satisfação no trabalho.

De acordo com a hipótese 2 (H2), uma vez que o valor pessoal da Abertura à Mudança estimula a independência de pensamento, de sentimento e de ação do indivíduo, bem como a sua receptividade à mudança, faz sentido teórico esperar que colaboradores marcados por esse valor pessoal se submetam menos às normas e valores da empresa e se mostrem menos satisfeitos no trabalho. Ainda dentro da hipótese 2 (H2), haja vista que o valor pessoal da Autopromoção encoraja o indivíduo à busca de seu próprio sucesso e do domínio sobre os outros, também faz sentido teórico esperar que indivíduos marcados por esse valor pessoal se mostrem menos satisfeitos no trabalho se não houver condições internas que lhes permitam exercer domínio sobre outros colaboradores nem de alcançarem sucesso. Em suma, portanto, espera-se uma correlação negativa entre os valores pessoais de Abertura à Mudança e de Autopromoção e a satisfação no trabalho.

Levantadas e explanadas as hipóteses de estudo, apresentar-se-ão, a seguir, os procedimentos metodológicos adotados para testá-las.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

Quanto à natureza, a presente pesquisa se caracteriza como aplicada, a qual tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos e que envolve verdades e interesses locais (GIL, 1999). No contexto analisado, os resultados da pesquisa possibilitam benefícios gerenciais, tais como o apontamento do papel de valores pessoais específicos na satisfação no trabalho, o qual pode servir de subsídio para ajustes estratégicos em termos de gestão de pessoas e de políticas organizacionais.

Quanto à abordagem do problema, a presente pesquisa se caracteriza como quantitativa, a qual é focada na mensuração quantitativa de fenômenos, envolvendo a coleta e análise de dados e aplicação de testes estatísticos (GIL, 1999). A pesquisa quantitativa se mostra apropriada no contexto deste estudo, haja vista que os servidores técnicos-administrativos, servidores docentes e colaboradores terceirizados, tomados como amostra, são capazes de opinar acerca de seus próprios valores pessoais, bem como acerca do trabalho no qual estão inseridos e a sua satisfação no mesmo. Isso permitiu a execução de testes estatísticos no presente estudo, tais como o teste de correlação de Spearman e regressões lineares múltiplas por etapa (*stepwise*).

Quanto aos objetivos, a presente pesquisa se caracteriza como descritiva, que, na concepção de Gil (1999), tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. A presente pesquisa também se caracteriza como exploratória, que, segundo o mesmo autor, é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. No contexto do presente estudo, foram analisadas as correlações existentes entre os valores pessoais e a satisfação no trabalho na Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus* Montes Claros, bem como o poder explicativo dos valores pessoais dos colaboradores quanto à sua satisfação no trabalho.

Quanto aos procedimentos técnicos, a presente pesquisa se caracteriza como bibliográfica, que, conforme apresentado por Vergara (2007, p. 48), “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas,

isto é, material acessível ao público em geral”. Ou seja, buscou-se fundamentação teórico-metodológica acerca do tema proposto, realizando uma investigação sobre cada termo que a pesquisa abrange. Ademais, é importante ressaltar que a para serem empiricamente testadas. Por fim, o presente estudo se caracteriza como estudo de caso, que consiste em uma investigação detalhada de uma ou mais organizações ou grupos dentro de uma organização, com vistas a prover uma análise do contexto e dos processos envolvidos no fenômeno em estudo (HARTLEY, 1994).

3.2 População e amostragem

A amostra foi composta por colaboradores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) – *Campus* Montes Claros, localizada em Montes Claros-MG, a qual foi tomada como unidade de análise por questões de acessibilidade. O referido *campus* tem um total de 1.200 alunos matriculados (dez deles estrangeiros); seis cursos de graduação; sete cursos de pós-graduação (dentre eles, dois *lato sensu* e cinco *stricto sensu*); 350 colaboradores, entre servidores técnicos administrativos, servidores docentes e colaboradores terceirizados; e 20 prédios (incluindo uma moradia universitária). É importante salientar que servidores públicos e funcionários terceirizados foram referidos como “colaboradores” nesta pesquisa, uma vez que não se pretendeu diferenciar servidores públicos e funcionários terceirizados no momento da análise dos resultados, sendo tratados como uma única amostra. Mesmo tomando esses trabalhadores de forma conjunta, reconhece-se que a diferença entre os tipos de vínculos empregatícios (servidores estatutários e celetistas) pode influenciar a relação entre seus valores pessoais e a satisfação no trabalho. Todavia, haja vista que todos eles experienciam o mesmo local de trabalho e respectiva cultura organizacional, decidiu-se por tratá-los conjuntamente.

Tomaram-se, como amostra do estudo, 220 colaboradores da UFMG, os quais foram capazes de opinar acerca de seus próprios valores pessoais, bem como acerca do trabalho no qual estão inseridos no tocante à sua respectiva satisfação para com o mesmo. A técnica de amostragem adotada neste estudo foi do tipo não probabilística por conveniência, segundo a qual os indivíduos mais disponíveis foram selecionados para fornecer as informações necessárias (HAIR *et al.*, 2009).

3.3 Técnica de coleta de dados

Inicialmente, os colaboradores foram convidados, por e-mail, a participarem do estudo, sendo solicitados a especificarem um dia e horário em que o questionário físico (“papel e caneta”) pudesse ser aplicado pessoalmente. O referido questionário foi composto por dois instrumentos de coleta de dados já validados e adotados em pesquisas prévias sobre a temática. Para mensuração de valores pessoais, foi adotada a versão em Português do *Portrait Values Questionnaire – Refined* [PVQ-RR] (SCHWARTZ *et al.*, 2012) (ANEXO I), já testado e validado em vários países, inclusive no Brasil por Torres, Schwartz e Nascimento (2016). Os 19 valores pessoais, de acordo com a Teoria de Valores Básicos Humanos de Schwartz (SCHWARTZ *et al.*, 2012), podem ser agrupados em 4 valores de ordem superior, os quais foram utilizados para as análises estatísticas no presente estudo: Autotranscendência (calculado pela média entre os valores Universalismo-Compromisso com a sociedade; Universalismo-Preocupação com a natureza; Universalismo-tolerância; Benevolência de dependência; e Benevolência de cuidado); Autopromoção (calculado pela média entre os valores Realização; Poder de domínio; e Poder de recursos); Abertura à Mudança (calculado pela média entre os valores Autodireção de pensamento; Autodireção de ação; Estimulação; e Hedonismo); e Conservação (calculado pela média entre os valores Segurança pessoal; Segurança social; Tradição; Conformidade para regras; Conformidade Interpessoal; Humildade; e Face).

Para mensuração da satisfação no trabalho, foi adotada a versão em Português do *Managerial Decisions Questionnaire – Global* [Mdq1GL] (PETERSON; BARRETO; SMITH, 2016) (ANEXO II), que aborda, dentre outras variáveis, a satisfação no trabalho. A satisfação no trabalho foi mensurada por 04 (quatro) itens, descritos a seguir: S1 (“Estou satisfeito com meu emprego”); S2 (“Aceitaria este mesmo emprego outra vez”); S3 (“Recomendaria este emprego a um amigo”); e S4 (“Este emprego atingiu as minhas expectativas”). Nos testes estatísticos de correlação e regressão, a satisfação (total) foi calculada pela média entre os quatro itens descritos.

3.4 Técnica de análise de dados

Após a coleta de dados para a consecução das análises estatísticas, foi utilizado o software IBM® SPSS® 20.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Seguindo orientações de Tabachnick e Fidell (2001) e Miles e Shevlin (2001), as variáveis foram verificadas quanto à sua distribuição normal. Os índices de assimetria e curtose foram divididos por seus respectivos erros, observando se os resultados estavam entre -7 e 7 (WEST; FINCH; CURRAN, 1995). A normalidade da distribuição dos dados também foi verificada com a construção de histogramas, com o teste de Kolmogorov-Smirnov e com o Teste de Shapiro-Wilk (FIELD, 2013). Ademais, realizou-se o Teste de Levene para verificar a homogeneidade das variâncias, pressuposto dos testes estatísticos realizados.

Em seguida, testes de correlação de Spearman (ρ) foram realizados, de acordo com as orientações de Hair *et al.* (2009) e de Field (2013), haja vista que a distribuição não-normal dos dados apontou a necessidade de aplicação de testes não-paramétricos, a fim de verificar as possíveis correlações existentes entre valores pessoais e satisfação no trabalho. Por fim, haja vista que correlações não implicam, necessariamente, causalidade, realizaram-se regressões lineares múltiplas por etapa (*stepwise*) a fim de explorar o quanto a variabilidade da satisfação no trabalho dos colaboradores pode ser explicada por seus valores pessoais. Anteriormente à realização dos testes de regressão, verificaram-se os seus pressupostos, tais como mínimo de 20 respondentes para cada variável independente, relação linear entre a variável dependente e as variáveis independentes, homocedasticidade e ausência de multicolinearidade (FIELD, 2013). Os resultados foram, então, discutidos, à luz da teoria.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Caracterização da amostra

As características sociodemográficas dos respondentes para variáveis categóricas e variáveis intervalares estão sumarizadas nas Tabelas 1 e 2 respectivamente.

Tabela 1 – Características sociodemográficas dos respondentes (variáveis categóricas)

Variável		%
Posição	Com subordinados	53.6
	Sem subordinados	46.4
Sexo	Masculino	49.1
	Feminino	50.9
Escolaridade	Ensino médio	1.4
	Graduação incompleta	29.5
	Graduação completa	10
	Pós-graduação ou Mestrado incompleto	7.3
	Pós-graduação ou Mestrado completo	15.4
	Doutorado incompleto	5.5
	Doutorado completo	30.9

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 – Características sociodemográficas dos respondentes (variáveis intervalares)

Variável	Média	Desvio-Padrão (DP)
Idade	35.7	11.0
Número de filhos em casa	0.6	0.9
Número de horas semanais de trabalho	36.1	11.9
Anos na presente organização	7.2	7.4
Anos no presente setor	5.7	5.81
Anos na presente posição	5.8	6.1

Fonte: Dados da pesquisa

Com relação aos valores pessoais dos colaboradores respondentes, aqueles que apresentaram maiores médias foram Universalismo-Compromisso com a sociedade ($M=5,35$; $DP=0,69$), Benevolência de cuidado ($M=5,34$; $DP=0,62$) e Benevolência de dependência ($M=5,10$; $DP=0,81$). Quanto aos valores pessoais de ordem superior, Conservação e Autotranscendência foram aqueles com maiores médias. Por fim, no tocante à satisfação no trabalho, os itens com maiores médias foram S3 (“Recomendaria este emprego a um amigo”) ($M=4,09$; $DP=0,88$) e S2 (“Aceitaria este mesmo emprego outra vez”) ($M=4,03$; $DP=1,12$).

4.2 Correlações entre valores pessoais e satisfação no trabalho

A Tabela 3 apresenta a matriz de correlação entre valores pessoais e satisfação no trabalho para a amostra do presente estudo, a qual servirá de base para os testes das hipóteses previamente levantadas (QUADRO 2).

Tabela 3 – Matriz de correlação entre valores pessoais e satisfação no trabalho

	Satisfação no trabalho	
Autotranscendência	Coeficiente	-,006
	Sig.	,932
Autopromoção	Coeficiente	-,154*
	Sig.	,022
Abertura à mudança	Coeficiente	,010
	Sig.	,879
Conservação	Coeficiente	-,009
	Sig.	,896

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: * $p < 0,05$.

Como apontado na Tabela 3, identificou-se apenas uma correlação estatisticamente significativa, de sinal negativo, de magnitude entre fraca e média, entre o valor pessoal Autopromoção e a satisfação no trabalho ($\rho = -0,154$; $p < 0,01$). Esse resultado aponta que os colaboradores da amostra caracterizados pelo valor pessoal da Autopromoção, isto é, caracterizados pela busca do próprio sucesso e domínio sobre os outros, são aqueles menos satisfeitos no trabalho.

De acordo com a hipótese 1 (H1) do presente estudo, esperava-se que os valores pessoais de Conservação e de Autotranscendência se correlacionassem positiva e significativamente com a satisfação no trabalho. Todavia, os resultados demonstraram que a referida hipótese foi rejeitada nesta pesquisa, pela ausência de correlações estatisticamente significantes dos valores Conservação e Autotranscendência com a satisfação no trabalho.

Ademais, de acordo com a hipótese 2 (H2) do presente estudo, esperava-se que os valores pessoais de Abertura à mudança e de Autopromoção se correlacionassem negativa e significativamente com a satisfação no trabalho. Portanto, os resultados demonstraram que a referida hipótese foi parcialmente confirmada nesta pesquisa, haja vista que identificou-se correlação negativa e estatisticamente significativa apenas entre o valor pessoal Autopromoção

e a satisfação no trabalho, mas não entre o valor pessoal Abertura à Mudança e a satisfação no trabalho.

O valor pessoal da Autopromoção está relacionado ao poder e à realização, encorajando o indivíduo à busca do próprio sucesso e de domínio sobre os outros (SCHWARTZ *et al.*, 2012; SCHWARTZ; TORRES; NASCIMENTO, 2016). Já a satisfação no trabalho, de acordo com estudos seminais acerca desse construto, é uma “representação de um agrupamento de sentimentos avaliativos sobre o trabalho; uma variável de atitude que reflete como uma pessoa se sente com relação ao trabalho de forma geral e em seus vários aspectos” (SPECTOR, 1985, p. 695). Portanto, uma correlação negativa entre Autopromoção e satisfação no trabalho aponta que os colaboradores participantes da pesquisa marcados pelo desejo por poder, realização e sucesso não se satisfazem no trabalho que exercem na organização à qual estão vinculados, o que pode se dar em virtude da ausência ou escassez, na sua organização de vínculo, de oportunidades para ocuparem cargos através dos quais exerçam poder e influência sobre os demais colaboradores ou pelo fato de ocuparem cargos pertencentes a uma carreira com baixas possibilidades de crescimento profissional e financeiro.

Essa insatisfação no trabalho por parte de colaboradores marcados pelo valor da Autopromoção pode incentivá-los a recorrerem a outras instituições, em outros órgãos públicos ou inserindo-se no setor privado, em busca por realização de desejos intrínsecos ao valor pessoal da Autopromoção, a saber prazer e senso pessoal de gratificação (hedonismo), sucesso de acordo com as normas sociais (realização), poder por meio do controle sobre pessoas (poder de domínio) e poder por meio do controle sobre recursos materiais e sociais (poder de recursos). Essa possível mudança pode gerar níveis mais altos de satisfação no trabalho, à medida em que, teoricamente, terão maiores oportunidades de ocupar altos cargos de liderança, com salários mais altos, poder de decisão mais significativo e maior possibilidade de influência sobre outras pessoas, pressupostos do valor pessoal da Autopromoção.

A correlação negativa identificada no presente estudo entre Autopromoção e satisfação no trabalho encontra respaldo nos achados de estudos prévios, a exemplo da pesquisa desenvolvida por Suar, Tewari e Chaturbedi (2006) os quais investigaram a satisfação no trabalho e seus aspectos intrínsecos, tais como níveis de responsabilidade, autonomia, progressão funcional, entre outros, bem como aspectos extrínsecos, tais como trabalho desafiador, salário, horas de trabalho, tipo de cargo, dentre outros relacionados à atuação do

colaborador no ambiente organizacional. O referido estudo destaca o quanto esses aspectos são capazes de influenciar a satisfação no trabalho, os quais apresentam alta correlação com as características do valor pessoal da Autopromoção.

Na amostra tomada para análise no presente estudo, os valores pessoais de Conservação e de Autotranscendência foram aqueles que apresentaram maiores médias, todavia, não se constatou correlação positiva entre os referidos valores pessoais e a satisfação no trabalho. Primeiramente, haja vista que o valor pessoal de Conservação compreende os valores de conformidade, tradição e segurança, os quais se refletem em autorrestrrição submissa, preservação das práticas tradicionais e proteção da estabilidade, esperava-se que colaboradores marcados por esse valor pessoal se correlacionassem positivamente com a satisfação no trabalho, assim como já verificado em pesquisas prévias, a exemplo do estudo desenvolvido por Tamayo (2001). Todavia, não se identificou correlação positiva entre o valor pessoal de Conservação e a satisfação no trabalho. O presente estudo sugere que, embora colaboradores marcados pelo valor de Conservação sejam caracterizados pela conformidade e submissão às condições vigentes, possivelmente há outros aspectos específicos da realidade organizacional analisada que impedem que esses colaboradores se sintam, de fato, satisfeitos no trabalho, o que constitui oportunidade para pesquisas futuras que investiguem mais profundamente esse cenário por meio, por exemplo, de abordagens multimétodo ou pela inclusão de outras variáveis preditoras no modelo explicativo.

Segundo, haja vista que o valor pessoal de Autotranscendência se caracteriza pelo universalismo e pela benevolência, os quais se refletem em aceitação dos outros como iguais e em preocupação com o seu bem-estar (SCHWARTZ *et al.*, 2012; SCHWARTZ; TORRES; NASCIMENTO, 2016), esperava-se que colaboradores marcados por esse valor pessoal também se correlacionassem positivamente com a satisfação no trabalho, assim como já verificado em pesquisas prévias, a exemplo do estudo desenvolvido por Tamayo (2001), o qual constatou a correlação entre essas variáveis, no sentido de que a Autotranscendência influencia positivamente a satisfação de colaboradores com a sua chefia e com os seus colegas de trabalho. Todavia, também não se identificou correlação positiva entre o valor pessoal de Autotranscendência e a satisfação no trabalho neste estudo, o que pode estar relacionado a outros fatores que fogem do escopo desta pesquisa.

Ademais, esperava-se que houvesse uma correlação negativa entre o valor pessoal de Abertura à Mudança, caracterizada pelos valores de autodireção e de estimulação, os quais encorajam a independência de pensamento, de sentimento e de ação e tratam da receptividade

à mudança (SCHWARTZ *et al.*, 2012; SCHWARTZ; TORRES; NASCIMENTO, 2016), como já apontado em pesquisas prévias, a exemplo de Soraggi e Paschoal (2011), todavia tal correlação negativa não se confirmou no presente estudo. Sugere-se, portanto, que tais colaboradores, embora valorizem a mudança, satisfaçam-se no trabalho que exercem pelas oportunidades de estímulo e mudança que este oferece, não constituindo, assim, um valor pessoal que os estimule a mudar de emprego, por exemplo, por motivo de insatisfação ou mal-estar no trabalho.

4.3 Regressões lineares múltiplas: análises de predição

Haja vista que correlações não necessariamente implicam causalidade, realizaram-se regressões lineares múltiplas por etapa (*stepwise*) a fim de explorar o quanto e quais valores pessoais dos colaboradores da amostra são capazes de explicar a variabilidade da sua satisfação no trabalho. A Tabela 4 sumariza a predição estatisticamente significativa encontrada.

Tabela 4 – Teste de predição da satisfação no trabalho por valores pessoais dos colaboradores

Variável dependente	Valores pessoais	Sig	β	t	R ²
Satisfação no trabalho	Autopromoção	0,022*	-0,154	-2,302	0,024
Satisfação no trabalho	Abertura à Mudança				<i>Não houve predições significativas</i>
Satisfação no trabalho	Autotranscendência				<i>Não houve predições significativas</i>
Satisfação no trabalho	Conservação				<i>Não houve predições significativas</i>

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: *p<0,05.

Baseando-se nos testes de regressão linear múltipla cujo único resultado estatisticamente significativo está sumarizado na Tabela 4, infere-se que baixos escores quanto ao valor pessoal da Autopromoção são capazes de predizer 2,4% do quanto os colaboradores da amostra se sentem satisfeitos na organização em que estão inseridos. De maneira inversa, isso significa que colaboradores caracterizados por altos escores no valor pessoal Autopromoção, isto é, colaboradores caracterizados pela busca do próprio sucesso e domínio sobre os outros, apresentam maior probabilidade de não se satisfazerem no trabalho. É importante salientar que esse percentual de poder explicativo, apesar de aparentemente baixo, é considerado significativo no campo das ciências sociais e em estudos de comportamento humano, dada a complexidade deste (BAKKER *et al.*, 2019). Esse resultado sugere que o

valor pessoal da Autopromoção é uma variável que vale a pena ser inserida em propostas futuras mais completas – com outras variáveis preditoras – de modelo explicativo da satisfação do trabalho.

O valor pessoal de Autopromoção, portanto, se sobressaiu dentre os valores pessoais mensurados e analisados neste estudo, não apenas por se correlacionar negativamente com a satisfação no trabalho, mas, também e mais importante, por ser capaz de prever ou explicar parte da variabilidade da satisfação de colaboradores no trabalho. A satisfação no trabalho é um assunto complexo e, ao longo dos anos, vem recebendo várias definições, pois se encontra em um nível de subjetividade abrangente, podendo variar entre pessoas de determinado grupo, assim como pode sofrer variação ao longo do tempo, a depender de externalidades (TAMAYO, 2001). O percentual de explicação da satisfação no trabalho pelo valor de Autopromoção, embora aparentemente baixo, é considerável, apontando que colaboradores marcados pelo valor pessoal de Autopromoção, de fato, têm maiores chances de se insatisfazerem no trabalho.

5 CONCLUSÃO

O objetivo geral do presente estudo foi alcançado, a saber: analisar a influência de valores pessoais de servidores públicos e colaboradores terceirizados da Universidade Federal de Minas Gerais - *Campus* Montes Claros-MG em sua satisfação no trabalho. A referida influência foi discutida, em uma esfera mais ampla, à luz das temáticas da satisfação no trabalho e de valores pessoais e, mais especificamente, baseando-se em pesquisas empíricas prévias acerca dos valores básicos humanos e suas relações com o a satisfação no trabalho por parte dos colaboradores. Ademais, obteve-se sucesso no alcance dos objetivos específicos. Procedeu-se com a elaboração de hipóteses, com respaldo teórico, acerca das correlações entre valores pessoais e satisfação no trabalho, as quais foram testadas empiricamente. Também foram explorados e discutidos, teoricamente, quais valores pessoais apresentam correlações com a satisfação no trabalho.

O interesse em estudar as relações entre valores pessoais e satisfação no trabalho baseou-se em evidências teórico-empíricas que apontam que comportamentos e atitudes humanas são influenciados pelo perfil psicológico dos indivíduos, tais como pelos seus valores pessoais, o que foi confirmado pelo presente estudo. Os resultados aqui obtidos reforçam a teoria de valores humanos, que apresenta uma estrutura ampla de valores a partir da qual são formadas estruturas específicas e significativas da vida das pessoas, como, por exemplo, a sua satisfação no trabalho. Além disso, permitiu-se aprofundar a compreensão quanto ao papel dos valores pessoais na predição da satisfação no trabalho, trazendo conclusões que complementam achados de pesquisas anteriores.

Como detalhado na seção de resultados, o valor pessoal de Autopromoção se destacou dentre os valores pessoais mensurados e analisados nesta pesquisa, na medida em que não apenas se correlacionou negativamente com a satisfação no trabalho, mas, também, mostrou-se capaz de predizer ou explicar parte da variabilidade dessa satisfação.

Os resultados empíricos da presente pesquisa apresentam implicações teóricas ao aprofundarem a discussão acerca da influência de valores pessoais de colaboradores em comportamentos e atitudes dentro do ambiente de trabalho. Este estudo sugere uma característica interna importante dos colaboradores que influencia a satisfação no trabalho dos mesmos, propondo um valor pessoal específico que pode compor, por exemplo, estudos futuros que almejem construir modelos teóricos explicativos mais completos da satisfação no trabalho. Ademais, os resultados empíricos do presente estudo apresentam implicações

práticas e que podem ser importantes, por exemplo, para a área de gestão de pessoas. Por exemplo, os resultados sugerem que a mensuração, em processos de recrutamento e seleção, do valor pessoal da Autopromoção, é interessante no sentido de prever quais candidatos apresentam maior probabilidade de se sentirem satisfeitos ou insatisfeitos no trabalho caso sejam contratados.

Todavia, pondera-se que, apesar de os resultados do presente estudo apresentarem implicações para a área de gestão de pessoas, reconhece-se que, em universidades públicas, como a tomada como unidade de análise neste estudo, os processos de recrutamento e seleção são distintos da esfera privada. De qualquer maneira, é válido explorar como a relação entre valores pessoais e satisfação no trabalho se dá na esfera pública.

É importante cautela na interpretação desses resultados, no sentido de não encarar o valor pessoal de Autopromoção como algo a ser evitado, no sentido de diminuir a probabilidade de insatisfação no ambiente organizacional. Pelo contrário, os resultados do presente estudo apontam e incentivam práticas de gestão mais contextualizadas às especificidades das características internas dos colaboradores. Organizações compostas por colaboradores marcados pela Autopromoção podem, por exemplo, elaborar estratégias de gestão de pessoas, treinamento e desenvolvimento que estimulem esses colaboradores a encontrarem, dentro da própria empresa, oportunidades de alcançarem suas motivações internas de realização profissional e financeira, sucesso e exercício de poder e liderança.

O presente estudo focou em utilizar, preferivelmente, métodos estatísticos confiáveis, todavia, reconhece-se que o mesmo poderia ser complementado por meio de um instrumento de coleta de dados tipicamente qualitativo, como entrevistas, por exemplo, a fim de entender, de forma mais aprofundada, os detalhes relativos à satisfação dos participantes da pesquisa, fazendo-se uso, nesse caso, de uma abordagem multimétodo (pesquisa quali-quantitativa). Como destacado na seção de resultados, a não confirmação de algumas hipóteses, a exemplo da correlação negativa esperada entre satisfação e Abertura à Mudança, constitui oportunidade para análises futuras mais aprofundadas que podem ser instrumentalizadas por abordagens qualitativas, tais como entrevistas e observação participante. Por fim, sugere-se, para pesquisas ulteriores, a inclusão de outras variáveis explicativas individuais, tais como traços de personalidade e senso de realização, bem como a inclusão de variáveis contextuais, tais como perfil de liderança, setor da empresa, cargo e tempo de trabalho, a fim de verificar o poder explicativo dessas variáveis sobre a satisfação no trabalho.

REFERÊNCIAS

BAKKER, A.; CAI, J.; ENGLISH, L.; KAISER, G.; MESA, V.; DOOREN, W. V. Beyond small, medium, or large: points of consideration when interpreting effect sizes. **Educational Studies in Mathematics**, v. 102, p. 1-8, 2019.

BARDI, A.; SCHWARTZ, S. H. Values and Behavior: Strength and Structure or Relations. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 29, p. 1207-20, 2021.

BARDI, A.; CALOGERO, R. M.; MULLEN, B. A new archival approach to the study of values and value-behavior relations: Validation of the value lexicon. **Journal of Applied Psychology**, v. 93, n. 3, p. 483-497, 2008.

BARDI, A., SCHWARTZ, S. H. Values and behavior: strength and structure of relations. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 29, n. 10, p. 1207-1220, 2003.

BERALDO, D. G. R.; BERGAMINI, C. W. **Avaliação de desempenho humano na empresa**, 1988.

BIGLIARDI, B.; DORMIO, A. I.; GALATI, F.; SCHIUMA, G. The impact of organizational culture on the job satisfaction of knowledge workers. **VINE**, v. 42, n.1, p. 36-51, 2012.

BORGES, L.; TAMAYO, A. A estrutura cognitiva do significado do trabalho. **Psicologia (Florianópolis)**, v. 1, n. 2, p. 11-44, 2001.

BRIEF, A. P. **Attitudes in and around organizations**. Sage, 1998.

FIELD, A. **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics**. London: Sage Publications, 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas em pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HARTLEY, J. F. Case studies in organizational research. In: CASSELL, C.; SYMON, G. (Orgs.). **Qualitative methods in organizational research: a practical guide** (pp. 208-229). London: Sage, 1994.

HITLIN, S.; PILIAVIN, J. A. Values: Reviving a dormant concept. **Annual Review of Sociology**, v. 30, n. 1, p. 359-393, 2004.

JUDGE, T. A.; KLINGER, R.; SIMON, L. S.; YANG, I. W. F. The contributions of personality to organizational behavior and psychology: findings, criticisms, and future research directions. **Social and Personality Psychology Compass**, v. 2, n. 5, p. 1982-200, 2008.

KNAFO, A.; ROCCAS, S.; SAGIV, L. The value of values in cross-cultural research: A special issue in honor of Shalom Schwartz. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 42, n. 2, p. 178-185, 2011.

LEISEROWITZ, A. A.; KATES, R. W.; PARRIS, T. M. Sustainability values, attitudes, and behaviors: A review of multinational and global trends. **Annual Review of Environment and Resources**, v. 31, n. 1, p. 413–444, 2006.

LOCKE, E. A. What is job satisfaction? **Organizational Behavior Human Performance**, v. 4, n. 4, p.309-336, 1969.

LOCKE, E. A.; LATHAM, G. P. Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. **American Psychological Association**, v. 57, n. 9, p.705-717, 2002.

LONNQVIST, J.-E.; VERKASALO, M.; WICHARDT, P. C.; WALKOWITZ, G. Personal values and prosocial behaviour in strategic interactions: Distinguishing value-expressive from value-ambivalent behaviours. **European Journal of Social Psychology**, v. 43, n. 6, p. 554–569, 2013.

MARQUEZE, C. E.; MORENO, C. R. C. Satisfação no trabalho – uma breve revisão. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 30, n. 112, p. 69-79, 2005.

MILAN, G. S.; MAIOLI, F. C. Os principais atributos relacionados aos serviços prestados por uma instituição de ensino superior e a satisfação dos alunos. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 25, 2007, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Enegep, 2007.

MILES, J.; SHEVLIN, M. **Applying regression and correlation**. London: Sage Publications, 2001.

MOTTAZ, C. The relative importance of intrinsic and extrinsic rewards as determinants of work. **The Sociological Quarterly**, 29, 365-385, 1985.

PENA, L. K.; NETO, M. T. R.; CASTRO, B. M.; RIBEIRO, M. H. Os valores e suas relações com a gestão de pessoas. **Revista sociais e humanas**, v.31, n.1, 2018.

PETERSON, M. F.; BARRETO, T. S.; SMITH, P. B. Revised sources of guidance measures: Six events and demographic controls. In: ROLAND-LÉVY, C.; DENOUX, P.; VOYER, B.; BOSKI, P.; GABRENYA, J.; W. K. (Orgs.), **Unity, diversity and culture: Research and Scholarship Selected from the 22nd Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology** (pp. 213-217). Melbourne, FL: International Association for Cross-Cultural Psychology, 2016.

POHLING, R.; BZDOK, D.; EIGENSTETTER, M.; STUMPF, S.; STROBEL, A. What is ethical competence? The role of empathy, personal values, and the Five-Factor Model of personality in ethical decision-making. **Journal of Business Ethics**, v. 137, n. 3, p. 449-474, 2016.

QUEIROGA, F.; PAULA, A. P. V. Satisfação no trabalho e clima organizacional: a relação com autoavaliações de desempenho. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 15, n. 4, p. 362-373, 2015.

ROCCAS, S.; SAGIV, L. Personal values and behavior: Taking the cultural context into account. **Social and Personality Psychology Compass**, v. 4, n. 1, p. 30–41, 2009.

RODRIGUES, A. L.; BARRICHELLO, A.; MORIN, E. Os sentidos do trabalho para profissionais de enfermagem: Um estudo multimétodos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 192-208, 2016.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

ROS, M. Psicologia dos valores: uma perspectiva histórica. In: ROS, M.; GOUVEIA, V. (Org.). **Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados** (pp. 23-53). São Paulo: Editora Senac, 2006a.

ROS, M. Valores, atitudes e comportamento: uma nova visita a um tema clássico. In: ROS, M.; GOUVEIA, V. (Org.). **Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados** (pp. 87-114). São Paulo: Editora Senac, 2006b.

SAGIV, L. Vocational interests and basic values. **Journal of Career Assessment**, v. 10, n. 2, p. 233–257, 2002.

SANCHEZ-SELLERO, M. C.; SANCHEZ-SELLERO, P.; CRUZ-GONZALEZ, M. M.; SANCHEZ-SELLERO, F. J. R. Características organizacionales de la satisfacción laboral en España. **Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 5, p. 537-547, 2014.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, M. P. (Org.). **Advances in experimental social psychology** (Vol. 24, pp. 1-65). San Diego: Academic, 1992.

SCHWARTZ, S. H.; BARDI, A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 32, n. 3, p. 268–290, 2001.

SCHWARTZ, S. H. Basic human values: Their content and structure across cultures. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. (Orgs.). **Valores e comportamento nas organizações** (pp. 21-55). Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

SCHWARTZ, S. H.; CIECIUCH, J.; VECCHIONE, M.; DAVIDOV, E.; FISCHER, R.; BEIERLEIN, C.; RAMOS, A.; VERKASALO, M.; LÖNNQVIST, J. E.; DEMIRUTKU, K.; DIRILEN-GUMUS, O.; KONTY, M. Refining the Theory of Basic Individual Values. **Journal of Personality and Social Psychology**. v. 103, n. 4., p. 663-688, 2012.

SIQUEIRA, M. M. M. Satisfação no trabalho. In M.M.M Siqueira (Org.), **Medidas do comportamento organizacional: Ferramentas de diagnóstico e de gestão** (pp. 265-274). Porto Alegre: Artmed, 2008.

SORAGGI, F.; PASCHOAL, T. Relação entre bem-estar no trabalho, valores pessoais e oportunidades de alcance de valores pessoais no trabalho. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**. Rio de Janeiro, v.11, n.2, p.614-632, 2011.

SPECTOR, P. E. Measurement of human service staff satisfaction: Development of the job satisfaction survey. **American Journal of Community Psychology**, v. 13, n. 6, p. 693-713, 1985.

SPECTOR, P. E. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SUAR, D; TEWARI, H.R.; CHATURBEDI, K. R. Subordinates' perception of leadership styles and their work behaviour. **Psychology & Developing Societies**, v. 18, n. 1, p. 95- 114, 2006.

TABACHNICK, B. G.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. New York: Harper Collins, 2001.

TAMAYO, A. Prioridades axiológicas, atividade física e estresse ocupacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, n.3, p.127-147, 2001.

TORRES, C. V.; SCHWARTZ, S. H.; NASCIMENTO, T. G. Teoria de Valores Refinada: associações com comportamento e evidências de validade discriminante e preditiva. **Psicologia USP**, v. 27, n. 2, p. 341-356, 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8.ed. São Paulo: Atlas, p. 96. 2007

WARR, P. **Work, happiness, and unhappiness**. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2007.

WEST, S. G.; FINCH, J. F.; CURRAN, P. J. Structural equation models with non-normal variables. In: HOYLE, R. H. (Org.). **Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications** (pp. 56–75). Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.

ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

ANEXO II – Instrumento de coleta de dados para satisfação no trabalho: *Managerial Decisions Questionnaire – Global - Mdq1GL* (PETERSON; BARRETO; SMITH, 2016).

	5	4	3	2	1
	Concordo completamente	Concordo	Indeciso	Discordo	Discordo completamente
1. Estou satisfeito com meu emprego.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Aceitaria este mesmo emprego outra vez.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Recomendaria este emprego a um amigo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Este emprego atingiu as minhas expectativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>