



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS TERESINA- CENTRAL
CURSO TECNÓLOGO EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

HELLEN CRISTINA RIBEIRO DE SOUSA

IMPACTO DOS BENEFÍCIOS CORPORATIVOS: UM ESTUDO DE CASO
NA EMPRESA X

TERESINA

2023

HELLEN CRISTINA RIBEIRO DE SOUSA

IMPACTO DOS BENEFÍCIOS CORPORATIVOS: UM ESTUDO DE CASO NA
EMPRESA X

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Tecnólogo em Gestão de
Recursos Humanos do Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus
Teresina- Central.

Orientador: Prof^o. Me. Antônio Rodrigues de
Carvalho Neto

TERESINA

2023

IMPACTO DOS BENEFÍCIOS CORPORATIVOS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA X

Hellen Cristina Ribeiro de Sousa¹
Antônio Rodrigues de Carvalho Neto²

RESUMO

O presente trabalho visa evidenciar como o Programas de Benefícios Corporativos são importantes ao êxito empresarial. O estudo procura identificar se os benefícios corporativos colaboram para: elevar a produtividade na empresa; melhoria do Clima Organizacional; estabelecer uma relação de pertencimento entre os colaboradores e sua empresa; redução do turnover na empresa; e melhoria na qualidade de vida dos colaboradores e de suas famílias. A metodologia utilizada contemplou a revisão bibliográfica, através dos ensinamentos de autores renomados e identificados com o tema, além de pesquisa de campo na empresa “X”, que atua no segmento de saúde em Teresina-PI, sob a percepção dos colaboradores internos. Os resultados obtidos sinalizam que as indagações que motivaram a realização do estudo são esclarecidas e que realmente os benefícios corporativos trazem retornos para as empresas, elevando o desempenho dos colaboradores internos e melhorando a competitividade organizacional. Ademais, contribuem efetivamente para a melhoria do Clima Organizacional e o bem-estar de seus colaboradores com o ambiente de trabalho. Para tanto, conclui-se necessário avaliar a política dos benefícios corporativos, entendendo individualmente o perfil de cada colaborador, afim de atender melhor as suas necessidades e expectativas.

Palavras-chave: Benefícios; Colaboradores; Desempenho.

ABSTRACT

This work aims to highlight how Corporate Benefits Programs are important for business success. The study seeks to identify whether corporate benefits help to: increase productivity in the company; improvement of the Organizational Climate; establish a relationship of belonging between employees and their company; reduction of turnover in the company; and improving the quality of life of employees and their families. The methodology used included a bibliographical review, through the teachings of renowned authors identified with the topic, in addition to field research in company “X”, which operates in the health segment in Teresina-PI, under the perception of internal employees. The results obtained indicate that the questions that motivated the study are clarified and that corporate benefits actually bring returns to companies, increasing the performance of internal employees and improving organizational competitiveness. Furthermore, they effectively contribute to improving the Organizational Climate and the well-being of its employees in the work environment. To this end, it is necessary to evaluate the corporate benefits policy, individually understanding the profile of each employee, in order to better meet their needs and expectations.

Keywords: Benefits; Employees; Performance.

Data de aprovação: 15/12/2023

¹ Graduanda do curso Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Central. Email: hellen.cris0307@gmail.com

² Mestre em Administração (UFPB). Graduado em Administração (UESPI). Professor do Instituto Federal do Piauí (IFPI). E-mail: carvalho.neto@ifpi.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Hodiernamente, as pessoas estão mais competitivas e seletivas, principalmente quando se trata de mercado de trabalho. Dessa forma, as empresas necessitam impressionar e cativar seus colaboradores. De acordo com Chiavenato (2015) as pessoas são o elo mais importante para as empresas, ou seja, seu maior tesouro. Por outro lado, são essas organizações que proporcionam aos colaboradores internos alcançar seus objetivos financeiros e pessoais. Para o autor, a relação entre as organizações empresariais e sua equipe de profissionais é uma troca vantajosa para ambos. Entende-se que é uma via de mão dupla, o colaborador precisa estar motivado para executar bem o seu trabalho, contribuindo ao alcance dos objetivos e metas empresariais.

As empresas necessitam estabelecer estratégias para manter seus colaboradores motivados, engajados e produtivos - dentre essas, destaca-se a implantação do programa de benefícios corporativos. Segundo Luz (2011), trata-se de um suplemento que atrai, retém e satisfaz o colaborador, potencializando a produtividade e competitividade corporativa. Ribeiro (2015), discorre que de maneira geral, benefício é qualquer adicional oferecido pela empresa, além do salário, seja de forma obrigatória ou espontânea.

Entretanto, para efeito deste estudo, considerar-se-á apenas os benefícios corporativos, aqueles disponibilizados pelas organizações empresariais com o intuito de elevar a produtividade dos colaboradores e melhorar o clima organizacional. Sobre isso relata Luz (2011, p.5) “São recursos que se somam ao salário recebido pelo trabalhador. Eles proporcionam aos trabalhadores uma melhoria do seu padrão social e econômico.”

Conforme Chiavenato (2015), somente o salário não atende todas as necessidades das pessoas. É preciso atrativos a mais, que possam trazer satisfação e reconhecimento sobre a contribuição do colaborador para o sucesso de sua organização. Nesse sentido os benefícios concedidos pelas empresas, objetivam contemplar interesses de ambas as partes. O mesmo autor (2015) entende que a oferta dos benefícios corporativos proporcionará a melhoria do bem-estar na organização, aumentando a produtividade dos colaboradores, reduzindo a rotatividade e o absenteísmo. Tais fatores, poderão ensejar o sentimento de pertencimento do trabalhador em relação a sua empresa, melhorando a satisfação pessoal e contribuindo para a sustentabilidade organizacional.

Para Gil (1991), todo estudo científico se inicia com a identificação de um problema ou de algum questionamento a ser solucionado. Neste caso, questiona-se: qual o impacto da oferta de benefícios corporativos no desempenho de organizações empresariais?

Diante do exposto, justifica-se a relevância do presente estudo, considerando a importância dos programas de benefícios corporativos para o êxito empresarial por um lado; o desempenho e a qualidade de vida de seus talentos sob outro aspecto.

Portanto, para o desdobramento da pesquisa estabeleceu-se como objetivo geral: analisar a relação entre a oferta de benefícios corporativos e o desempenho da empresa.

E, quanto aos objetivos específicos definiram-se: 1- identificar se os benefícios corporativos realmente colaboram para elevar a produtividade das empresas; 2- verificar se os benefícios corporativos acrescentam ao clima organizacional; 3- analisar se a oferta de benefícios corporativos estabelece relação de pertencimento entre os colaboradores e suas organizações empresariais; 4- estudar se a oferta de benefícios corporativos possibilita a redução de *turnover* na empresa; 5- identificar se os benefícios corporativos possibilitam melhoria na qualidade de vida dos colaboradores e de suas famílias.

Para a concepção deste estudo a metodologia utilizada contemplou: a narrativa de revisão bibliográfica dos autores mais renomados da área e pesquisa de campo na empresa X, com segmento em saúde sob a percepção dos colaboradores internos.

Logo, nos capítulos desta pesquisa, para atingir os objetivos propostos, demonstram-se primeiramente no tópico 2 os conceitos e classificação de benefícios sociais, em seguida menciona conceitos e importância das vantagens organizacionais, em sequência será constatado a relação dos benefícios com o clima corporativo e sentimento de pertencimento, concluindo o referencial teórico com a definição de produtividade e desempenho institucional. No tópico 3, caracteriza detalhadamente os procedimentos metodológicos utilizados no estudo; no próximo tópico mostra os resultados obtidos e suas discussões. Por fim, no último tópico, são apresentadas as considerações finais deste presente trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com a globalização cada vez mais ascendente no mundo, é de suma relevância estudar o mercado e entender as estratégias e ações organizacionais para competitividade. Como consequência serão abordados conceitos em torno de: Benefícios Corporativos como ferramenta para potencializar a produtividade e competitividade organizacional.

Por ser um assunto complexo, este referencial teórico está estruturado para oferecer maior compreensão sobre o estudo.

2.1 Benefícios Sociais: Conceitos e classificação

Para Chiavenato (2015), benefícios sociais são incentivos e privilégios oferecidos pelas empresas ao seu quadro de funcionários como forma de remuneração extra. Essa remuneração, vai além do salário já recebido.

Segundo Ricardo Luz (2011, p. 3), benefícios sociais “são produtos, serviços e direitos oferecidos aos funcionários pelas empresas, pelos sindicatos, pelo Estado e por entidades sociais”, que visam à melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores e o aumento da produtividade das organizações.

Conforme Robbins (2005), é necessário incentivo para que uma pessoa atinja com perseverança, foco e intensidade as metas almejadas. Fundamentado nisso, o salário em união com os benefícios pode ser enxergado como um incentivo para o colaborador, instigando -o e persuadindo-o na qualidade de seu trabalho, logo, aumentando sua produtividade, pois quanto mais satisfeito financeiramente ele estiver, mais irá se dedicar espontaneamente para melhor desempenhar seu ofício.

Diante do que foi dito é perceptível a importância dos benefícios para o mundo empresarial. É através dele que a empresa consegue atrair e reter talentos, aumentando assim, a produtividade e competitividade organizacional.

2.2 Benefícios Corporativos: conceitos e importância

“Os benefícios estão intimamente relacionados com a gradativa conscientização da responsabilidade social das organizações”. (Chiavenato, 2015, p.111)

A princípio, os planos de serviços e benefícios sociais eram voltados para uma perspectiva paternalista e restrita, fundamentada na preocupação em reter talentos e diminuir a rotatividade do pessoal. Em contrapartida, nos dias atuais existe uma outra finalidade, que vai além do aspecto competitivo do mercado de trabalho, constituem-se em atividades da organização voltadas para a preservação das condições físicas e mentais de seus colaboradores. (Chiavenato, 2015)

Para Luz (2011, p.3), “Toda empresa deveria ser economicamente viável, socialmente justificável e humanamente satisfatória.” Esta frase, se reflete muito no significado dos benefícios - que ao serem ofertados pelas empresas trazem sentimento de satisfação aos seus colaboradores. Visando atrair e reter talentos os benefícios são meios indispensáveis de apoio e suprimento para as empresas. Eles podem ser disponibilizados como produto, serviço, negociação entre as partes envolvidas e entre outras coisas.

“É uma forma de remuneração indireta que visa a oferecer aos empregados base para a satisfação de suas necessidades pessoais”. (Chiavenato, 2015, p.108). De forma bem direta, para o mesmo autor o plano de benefícios pode ser categorizado em três circunstâncias: objetivos, natureza e exigências.

Decorrente do exposto, a relevância dos benefícios advém da contribuição que o oferecimento deles tem para a organização, proporcionando um ambiente de trabalho favorável ao crescimento pessoal e profissional dos colaboradores.

2.3 Relação dos Benefícios com o clima organizacional e sentimento de pertencimento

A motivação dos colaboradores é um dos fatores mais importantes quando o assunto é o desempenho das equipes e os resultados do negócio, sendo diretamente influenciada pelo clima organizacional.

Para Coda (1997), clima organizacional é um termômetro usado dentro das empresas para medir o grau de satisfação dos colaboradores, em relação a diferentes dimensões da cultura da organização, entre elas: modelo de gestão, valorização profissional e a identificação com a empresa.

Na mesma linha de pensamento, Bittencourt, afirma que na medida em que a organização passou a ser o principal responsável para contribuir com o projeto pessoal de vida de seus funcionários, o desafio é investir num clima organizacional saudável, para que os resultados qualitativos e quantitativos aconteçam. (Bittencourt, 2008)

Diversos fatores interferem no clima organizacional, entre eles: equipe desmotivada, falta de sinergia entre os setores, dificuldade no relacionamento entre líderes e colaboradores, falta de metas, comunicação falha ou inexistente, falha na condução das interfaces dos processos, conflitos pessoais, nível de satisfação dos colaboradores, dentre outras.

É preciso cuidar com carinho do clima dentro da empresa, pois o clima ruim, pode afetar de forma negativa o ânimo dos funcionários, criar conflitos, desinteresse e ruído nas comunicações (Luz, 2003).

O clima organizacional está diretamente interligado ao sentimento de pertencimento, uma vez que, com um bom clima dentro da organização os funcionários se sentem pertencidos, ou seja, se sentem parte de uma comunidade, fazendo com que a organização seja mais do que apenas um vínculo profissional.

Segundo Michaud (2023) “O sentimento de pertencimento diz respeito à ligação de viés psicológico que a pessoa colaboradora tem com a empresa.”

À face do exposto, analisa-se que tudo tem uma ligação. O clima organizacional e o sentimento de pertencimento têm total conexão com os benefícios corporativos. Ambos precisam estar em completa sintonia para o ideal andamento de uma empresa, desencadeando a produtividade e desempenho organizacional dos colaboradores.

2.4 Produtividade e desempenho organizacional

Uma das principais vantagens para as empresas concederem os benefícios é o aumento de produtividade dos colaboradores. Desse modo, para Chiavenato (2015, p. 18) “A produtividade é uma relação mensurável entre o produto obtido (resultado ou saída) e os recursos empregados na produção”.

Ou seja, a produtividade humana advém não somente pelo esforço físico ou mental, mas sobretudo do interesse, engajamento e estímulo das pessoas.

O conceito de produtividade foi adotado e desenvolvido nas organizações para auxiliar, avaliar e melhorar o desempenho profissional.

Acerca disso, desempenho, nada mais é que proporcionar às pessoas uma identidade, fazendo-as entender qual o seu papel como geradoras de resultados.

Alinhado a isso, Chiavenato (2016) expressa a importância de saber identificar e usar os talentos dentro da empresa, pois só é possível alcançar elevados níveis de performance quando o trabalho é modelado no sentido de proporcionar produtividade e qualidade de um lado, satisfação e autorrealização pessoal de outro.

3 METODOLOGIA

3.1 Introdução

Considerando o estudo sobre o impacto dos benefícios corporativos no desempenho organizacional, este capítulo apresenta a metodologia utilizada na pesquisa, distinguindo o método de pesquisa, caracterização da empresa, a abordagem para coleta de informações e dados e os procedimentos para análise de dados.

3.2 Método de Pesquisa

Segundo Vergara (2015) a pesquisa metodológica está correlacionada aos meios, métodos e procedimentos utilizados para alcançar determinado fim.

Considerando-se que um ambiente de trabalho deve de alguma forma acolher o colaborador, buscando não apenas contribuir para o desenvolvimento profissional, mas também ao seu bem-estar, a pesquisa de campo/estudo de caso, busca identificar se há impacto dos benefícios corporativos na vida dos colaboradores internos da empresa X.

Em se tratando de um estudo de caso, restringiu-se a analisar o fenômeno apenas na referida empresa, caracteriza-se como estudo de caso, um estudo em ambiente limitado, ou, restrito. A fim de aprofundar e detalhar um tipo de assunto em determinado âmbito. (Vergara, 2015)

Conforme Yin (2015), o uso do estudo de caso serve para se investigar “o porquê” e o “como” de eventos contemporâneos. Essa investigação permite a aproximação entre o estudo de um fenômeno contemporâneo e a vida real.

Realizou-se inicialmente o estudo bibliográfico sobre o assunto em questão, colhendo informações relevantes sobre benefícios sociais e corporativos: conceitos, características e importância. Ademais, procurou-se identificar a relação existente entre os benefícios corporativos com: o clima organizacional, sentimento de pertencimento, produtividade e desempenho organizacional.

3.3 Caracterização da Empresa X

Por acordo com sua diretoria, o nome da empresa não será mencionado no estudo. E, para caracterizá-la doravante será identificada como “Empresa X”.

A referente empresa atua na prestação de serviços de saúde, no agendamento de consultas, exames e cirurgias. Localiza-se no Centro da cidade de Teresina-PI. Conta atualmente com 22 colaboradores no seu quadro funcional, distribuídos em três setores: atendimento, gestão e setor comercial.

A definição da realização da pesquisa nos 3 setores da empresa ocorreu por se ter previamente a informação de que os colaboradores têm salários diferenciados. Dessa maneira, o estudo fica mais abrangente, pois analisa diversos ambientes.

3.3 Abordagem para coleta de informações e dados

Na abordagem da pesquisa de campo, foram aplicados questionários para 21 colaboradores da empresa X. O instrumento da pesquisa foi formatado no *Google forms* e enviado via *WhatsApp* por meio de link específico para todos os entrevistados. A execução da etapa de campo, ocorreu entre os dias 31/09/2023 e 09/10/2023, alcançando plenamente os objetivos, pois todos os colaboradores abordados responderam às questões elaboradas.

Sobre pesquisa de campo, Vergara (2015) diz que é uma busca prática realizada no local onde ocorreram os fenômenos estudados. Podem ser utilizados: entrevistas, aplicação de questionários, testes, entre outros, de maneira isolada ou de forma combinada.

Neste estudo foi utilizado apenas o questionário. Para Gil (2018), a idealização do questionário tem como cerne traduzir os objetivos da pesquisa em questões específicas. Dessa maneira, as respostas obtidas irão proporcionar elementos importantes para o que está sendo estudado, inclusive, encontrando-se respostas ao problema elaborado no processo inicial.

As perguntas contidas no questionário têm como objetivo identificar o perfil dos entrevistados e analisar se os benefícios contribuem de alguma forma na vida dos mesmos, seja dentro ou fora da empresa.

Dessa maneira, pode-se caracterizar a natureza da pesquisa como aplicada, ou seja, seu foco está na elaboração de diagnósticos, identificação de problemas e busca de soluções. Respondem a uma dúvida formulada por “clientes, atores sociais ou instituições”. (Thiollent, 2022)

3.4 Procedimentos para Análise de Dados

Com o objetivo de analisar o impacto dos benefícios corporativos na empresa X, o presente estudo investigou se havia impacto ou não no recebimento dos benefícios para os colaboradores.

O procedimento utilizado para a coleta dos dados, foi um questionário com perguntas fechadas, caracterizando-se como uma pesquisa quantitativa.

As questões, denominam-se como fechadas, pois os respondentes têm que escolher uma das alternativas como resposta. A maioria das alternativas estão na Escala de Likert, em que variam em 4 níveis as respostas para cada pergunta. A Escala de Likert é bastante utilizada requerendo que os entrevistados escolham uma das alternativas como resposta, do que está sendo afirmado ou perguntado. (Pereira *et al.*, 2018)

Existem dois tipos de escala de likert, a par e a ímpar. A escala utilizada nesta pesquisa foi a par, que é indicada quando se deseja saber a opinião, sem a opção de resposta neutra.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente estudo investigou se os benefícios corporativos que a empresa oferece contribuem para os colaboradores internos em 05 dimensões: nível de satisfação dos colaboradores, produtividade dos colaboradores, qualidade de vida dos colaboradores e famílias, clima organizacional (ambiente de trabalho), relação de pertencimento (satisfação com a empresa). A instituição analisada, conta com um total de 22 colaboradores, destes, foi obtido um alcance efetivo de todos os entrevistados. Para almejar esse objetivo, foram aplicados questionários pelo formulário *Google* adotando uma abordagem quantitativa.

Nesse cenário, o estudo teve como foco principal identificar se as vantagens corporativas oferecidas pela empresa contribuem na vida pessoal e profissional de cada entrevistado, possibilitando assim, analisar se existe uma identificação e satisfação com a organização.

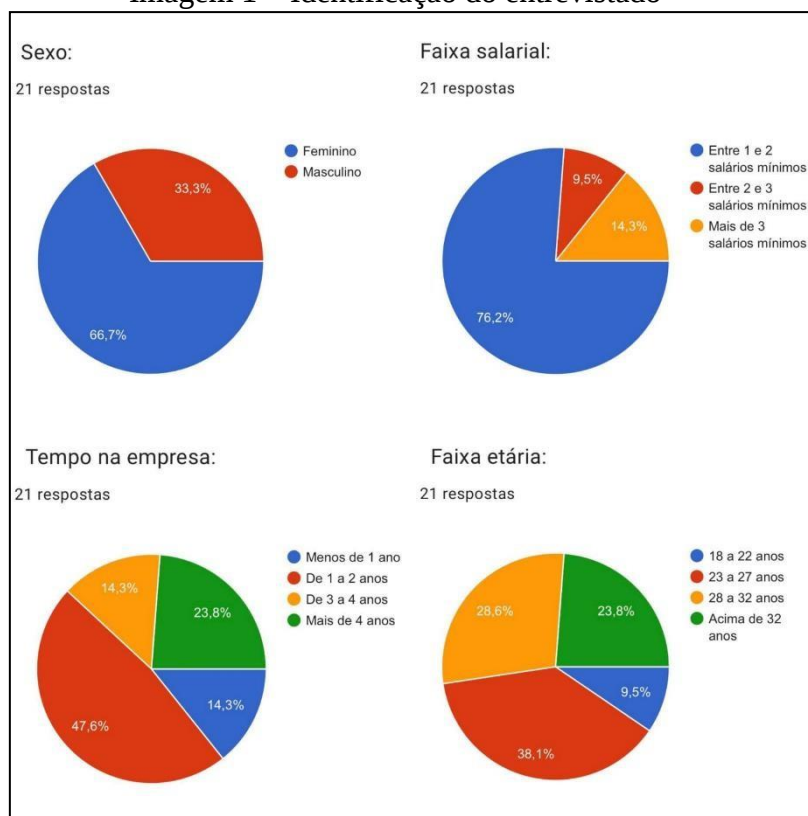
Além disso, foi possível analisar se os benefícios favorecem ou não a qualidade de vida, clima organizacional e produtividade dos colaboradores. Os resultados obtidos retratam reflexões importantes sobre os benefícios ofertados pela empresa X.

A pesquisa inicia com uma identificação sociodemográfica, representada na imagem 01.

Percebe-se que mais da metade da equipe é composta por mulheres (66,7% mulheres e 33,3% homens). Os colaboradores têm faixa etária entre 18 e acima de 32 anos, predominando a idade entre 23 e 27 anos. Em relação ao tempo de empresa, quase 50% são colaboradores recentes (47,6%) têm de 1 a 2 anos. E tem os veteranos, com mais de 4 anos, que corresponde a 23,8%. Sobre faixa salarial, a predominante é entre 1 e 2 salários mínimos (76,2%), mas tem também os que recebem mais de 3 salários mínimos (14,3%).

Esses dados possibilitam conhecer os entrevistados. E na análise da faixa salarial, percebe-se que há uma hierarquia organizacional.

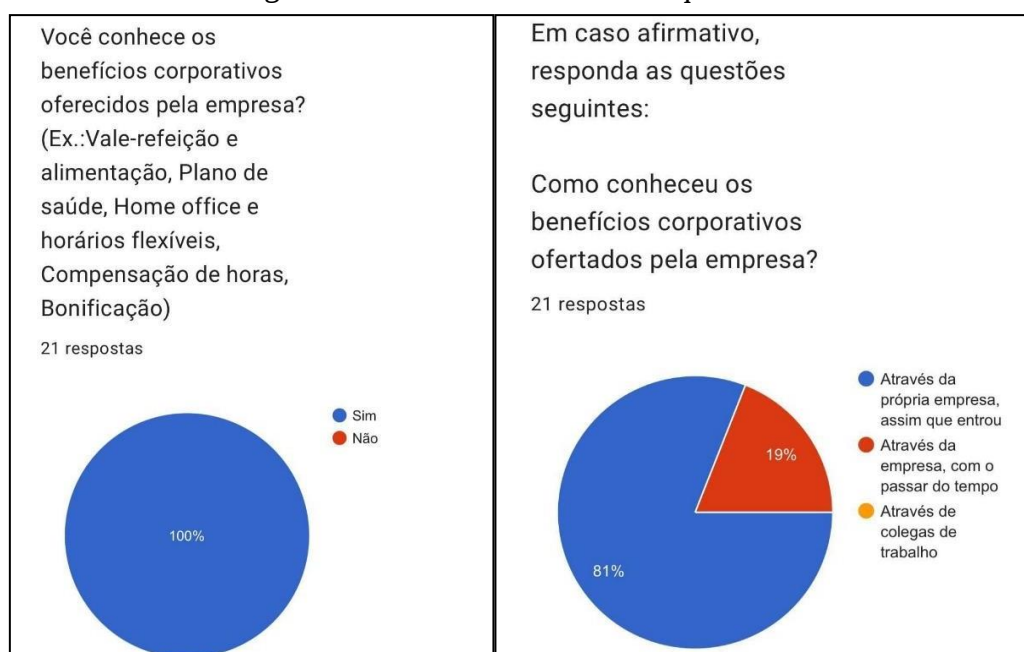
Imagem 1 – Identificação do entrevistado



Fonte: Elaboração própria (2023)

Em relação ao assunto analisado, foram feitas 9 (nove perguntas) aos colaboradores. Visando identificar informações sobre os benefícios corporativos ofertados na empresa. Como citado na metodologia anteriormente, as perguntas buscam identificar e analisar se os benefícios contribuem de alguma forma na vida dos colaboradores.

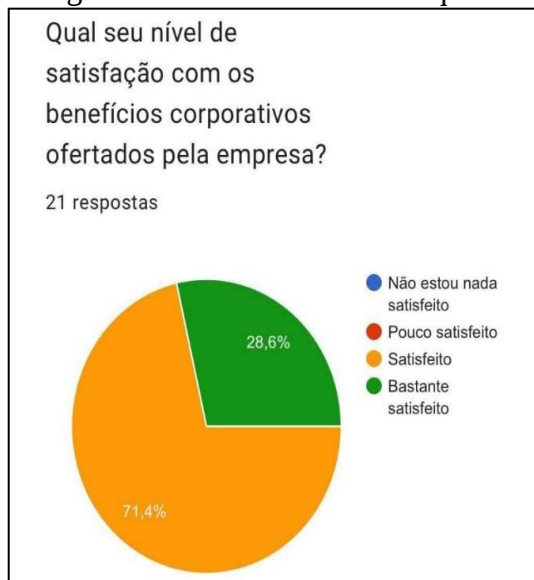
Imagem 2 e 3 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

De acordo com as imagens acima, imagem 02 e 03, pode-se considerar que os benefícios são de conhecimento de 100% dos colaboradores. Visto que 81% conheceu através da própria empresa assim que entrou, e 19% através da empresa, com o passar do tempo. Essa informação é importante, pois mostra que a empresa tem uma boa comunicação e é transparente com seus funcionários.

Imagem 4 – Dados coletados do questionário

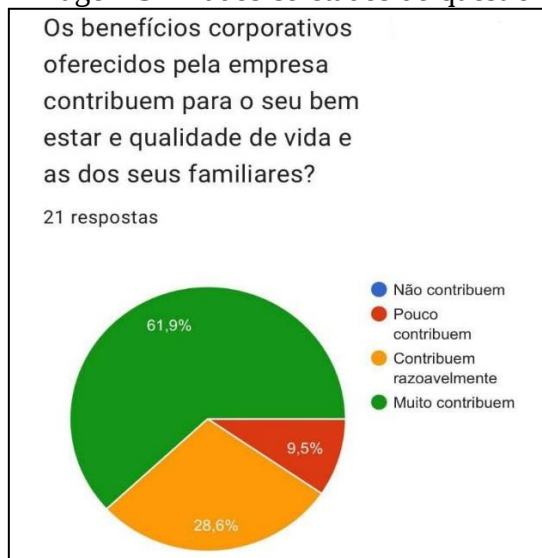


Fonte: Elaboração própria (2023)

Após inteirar-se que os colaboradores conhecem os benefícios ofertados pela empresa, buscou-se primeiramente saber se eles estão satisfeitos com o que está sendo ofertado. Desse modo, a imagem 04 revela que 71,4% está satisfeito e 28,6% está bastante satisfeito. A satisfação é o ponto chave estratégico das organizações empresariais, um colaborador satisfeito é um colaborador feliz e engajado.

“As pessoas são atraídas e participam da organização não somente em função do cargo, do salário, das oportunidades, da cultura e do clima organizacional, mas também em função das expectativas de serviços e benefícios sociais que poderão desfrutar”. (Chiavenato, 2015, p. 123). Diante disso, percebe-se que as pessoas estão satisfeitas com o que estão desfrutando.

Imagem 5 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

Além de saber sobre a satisfação dos colaboradores, a pesquisa buscou identificar qual o nível de contribuição dos benefícios corporativos na vida dos colaboradores em 5 dimensões: produtividade, qualidade de vida, clima organizacional (ambiente de trabalho), relação de pertencimento (satisfação com a empresa) e *turnover* na empresa.

“Os benefícios estão vinculados também à qualidade de vida dos trabalhadores, pois proporcionam segurança econômica e financeira”. (Luz, 2011, p. 5) Diante do exposto, é notório que os benefícios são fundamentais para a qualidade de vida do colaborador. Dessa maneira, quanto ao nível de contribuição dos benefícios para o bem-estar e qualidade de vida do colaborador e dos seus familiares, a Imagem 05 mostra que para 61,9% muito contribuem; 28,6% contribuem razoavelmente e 9,5% pouco contribuem.

Essa análise faz-se refletir que para a maioria os benefícios contribuem sim para qualidade de vida e bem estar, porém ainda tem uma porcentagem (9,5%) que mesmo sendo pequena, se faz necessário pensar o que falta na oferta de benefícios para contribuir pro bem estar e qualidade de vida dessas pessoas.

Imagem 6 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

O clima organizacional está totalmente ligado ao ambiente de trabalho. Falar sobre clima, é falar como é o ambiente dentro da empresa. Como as pessoas se tratam, como é o relacionamento, a comunicação, o trabalho em equipe.

A oferta dos benefícios corporativos tem como objetivo melhorar o ambiente de trabalho. Dessa maneira, em relação a contribuição dos benefícios para a melhoria do ambiente de trabalho (Clima Organizacional), a imagem 06 revela que para 52,4% contribuem razoavelmente; 38,1% muito contribuem e 9,5% pouco contribuem.

É importante saber sobre, pois o clima é um dos pontos chaves da organização. Nesse sentido, a maioria deu resposta positiva, dando a entender que o clima é favorável, e que os benefícios contribuem para isso.

Vale ressaltar, que apesar das respostas positivas, teve 9,5% que disse pouco contribuem. Desse modo, se faz necessário uma melhor investigação para entender o que se pode melhorar ou aumentar esse nível de contribuição.

Imagem 7 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

Quanto ao nível de contribuição dos benefícios para motivação e melhoria do trabalho (Aumento da produtividade), a imagem 07 mostra que para 71,4% muito contribuem; 23,8% contribuem razoavelmente e 4,8% pouco contribuem.

Para Ricardo Luz (2011), uma das finalidades dos benefícios corporativos é exatamente isso: “promover a atração, a retenção e satisfação dos seus recursos humanos, assim como o aumento de produtividade das empresas” (p. 03)

De acordo com a imagem, percebe-se que a empresa está cumprindo com a finalidade dos benefícios corporativos, pois nenhum colaborador respondeu “não contribuem” e mais de 90% responderam de forma positiva (muito e razoavelmente).

Imagem 8 – Dados coletados do questionário

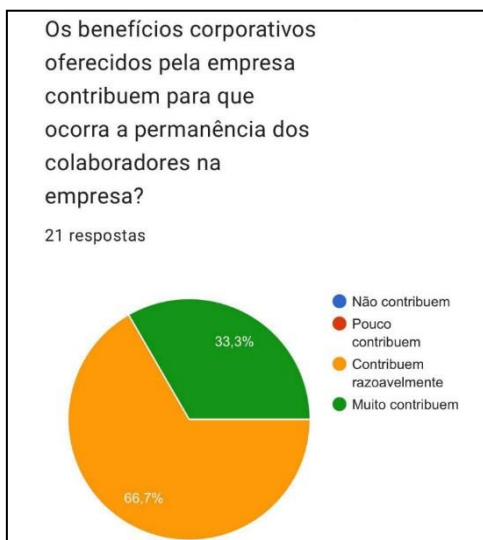


Fonte: Elaboração própria (2023)

Considerando e relacionando os fatos, os benefícios são meios indispensáveis para o mercado de trabalho, e para manter uma equipe motivada, as pessoas precisam se identificar com a empresa, precisar se sentir pertencido àquele lugar. Assim, quanto ao nível de

contribuição dos benefícios para que ocorra uma maior identificação com sua empresa (Relação de pertencimento) a imagem 08 apresenta que para 57,1% contribuem razoavelmente; 33,3% muito contribuem e 9,6% pouco contribuem.

Imagem 9 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

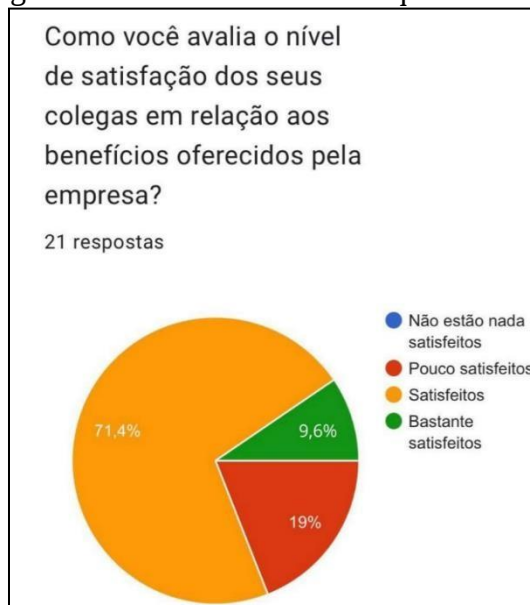
Analisar a permanência dos colaboradores nas organizações empresariais é imprescindível quando se deseja saber a taxa de *turnover* da empresa.

Para Chiavenato (2015), *turnover* ou rotatividade como também pode ser chamado é utilizada para medir a mudança recorrente de pessoal nas organizações. Se essa mudança for recorrente, o gestor da empresa deve investigar o motivo.

Assim, quanto ao nível de contribuição dos benefícios para que ocorra a permanência dos colaboradores na empresa (Imagem 09), 66,7% dizem que contribuem razoavelmente e 33,3% muito contribuem. Pode-se notar que as respostas foram positivas e que ninguém respondeu “não contribuem ou pouco contribuem”, este dado é relevante mencionar, uma vez que, é difícil manter a permanência recorrente dos funcionários na organização, algumas empresas têm alto nível de *turnover*.

Considerando as respostas “contribuem razoavelmente”, sugere-se identificar o que pode ser melhorado, para se tornar “muito contribuem”.

Imagem 10 – Dados coletados do questionário



Fonte: Elaboração própria (2023)

Para concluir a pesquisa, a imagem 10 revela a percepção do colaborador sobre a satisfação dos seus colegas de trabalho em relação aos benefícios corporativos oferecidos pela empresa. Investigar os níveis de satisfação no trabalho compreende em ponderar o quanto "os retornos oferecidos pela empresa em forma de salários e promoção, o quanto a convivência com os colegas e as chefias e o quanto a realização das tarefas propiciam ao empregado sentimentos gratificantes ou prazerosos" (SIQUEIRA, 2008, p. 267).

De acordo com o autor, a satisfação do colaborador é relacionada há como ele se sente no ambiente de trabalho, levando em consideração o que a empresa proporciona para ele.

Assim, quanto a esta avaliação do nível de satisfação, o gráfico revela que 71,4% estão satisfeitos; 19% pouco satisfeitos e 9,6% bastante satisfeitos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da problemática exposta e considerando a importância dos programas de benefícios corporativos para o êxito empresarial por um lado; o desempenho e a qualidade de vida de seus talentos sob outro aspecto. O objetivo deste trabalho é analisar os Benefícios corporativos como ferramenta para potencializar a produtividade e competitividade organizacional, a partir de um estudo de caso.

Para se atingir uma maior compreensão da relação entre a oferta de benefícios corporativos e o desempenho organizacional da empresa analisada, definiu-se cinco objetivos específicos, esses objetivos foram transformados em perguntas, que formaram o questionário aplicado.

Os benefícios corporativos são vantagens dadas pelas empresas com a intenção de motivar os colaboradores, visando contribuir/impactar em diversas dimensões: pessoal e profissional. Analisar o nível de contribuição dos benefícios em pontos como: nível de satisfação, produtividade, qualidade de vida, clima organizacional (ambiente de trabalho), relação de pertencimento (satisfação com a empresa), se faz necessário para saber se a empresa está cumprindo com a finalidade dos benefícios, que é agregar na vida dos seus colaboradores, melhorando alguns pontos que é essencial para cada um deles.

Desse modo, os resultados obtidos na pesquisa, revelam que os benefícios ofertados estão sim contribuindo na vida dos colaboradores, seja pouco, muito ou razoavelmente. Percebe-se que em nenhuma pergunta foi respondido “não contribuem”, assim, mesmo que na percepção de alguns contribuem pouco, mas acaba contribuindo. Em vista disso, recomenda-se uma pesquisa mais aprofundada com a equipe, buscando entender quais pontos podem ser melhorados, quais benefícios são melhores, quais benefícios podem ser incluídos, o que a equipe recomenda a empresa fazer para melhorar o desempenho profissional.

Os resultados permitiram um diagnóstico básico sobre os benefícios ofertados na empresa, dando a possibilidade para estudos mais amplos serem desenvolvidos futuramente. E por fim, em pesquisas futuras, recomenda-se explorar outras áreas, com abordagem metodológica diferentes. Isso ampliaria o conhecimento na área de benefícios corporativos, tornando esse tema mais conhecido e valorizado, uma vez que o capital humano é a peça chave de uma organização e precisa ser cada vez mais reverenciado.

REFERÊNCIAS

- BERGAMINI, C.W & CODA, Roberto. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança /organização**. 2ed. São Paulo: Atlas, 1997
- BITTENCOURT, Dênia Falcão. **Gestão estratégica de pessoas nas organizações públicas**. 2 ed. Palhoça: Livro Digital, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Desempenho humano nas empresas**: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados. 7 ed. São Paulo: Manole, 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho**: como reter talentos na organização. 7 ed. São Paulo: Manole Ltda, 2015.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- LUZ, Ricardo. **Gestão de Benefícios**: A Experiência Brasileira. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2011.
- LUZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.
- MICHAUD, Tatiana. **Promovendo o pertencimento**: como fomentar uma cultura de inclusão na sua empresa. Gupy. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/pertencimento>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- PEREIRA, Adriana Soares *et al.* **Metodologia da pesquisa científica**. Rio Grande do Sul, 2018 Dissertação (Licenciatura em computação) - Universidade Federal de Santa Maria.
- RIBEIRO, Antonio de Lima. **Gestão de Benefícios**. São Paulo: Saraiva, 2015.
- ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 11 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. **Satisfação no trabalho**. In: SIQUEIRA, M. M. M. [org.]; TAMAYO, A. *et al.* Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez Editora, 2022.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16 ed. São Paulo: Atlas, 2015.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman , 2015.

APÊNDICE: QUESTIONÁRIO APLICADO

Questionário: Benefícios Corporativos

Caro colaborador (a),

A aplicação do questionário objetiva colher informações sobre a percepção dos colaboradores internos, a respeito dos benefícios corporativos oferecidos na empresa. Sua participação é muito importante para a realização da pesquisa, respondendo com exatidão as questões abaixo. Para tanto, não haverá a identificação pessoal de nenhum colaborador interno.

Agradeço sua prestimosa contribuição!

Parte 01 - Identificação do entrevistado

Sexo

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

Faixa etária

- ☐ 18 a 22 anos
- ☐ 23 a 27 anos
- ☐ 28 a 32 anos
- ☐ Acima de 32 anos

Tempo na empresa

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ De 1 a 2 anos
- ☐ De 3 a 4 anos
- ☐ Mais de 4 anos

Faixa salarial

- ☐ Entre 1 e 2 salários mínimos
- ☐ Entre 2 e 3 salários mínimos
- ☐ Mais de 3 salários mínimos

Parte 02 - Benefícios Corporativos

O questionário está dividido em 05 dimensões: nível de satisfação dos colaboradores, produtividade dos colaboradores, qualidade de vida dos colaboradores e famílias, clima organizacional (ambiente de trabalho), relação de pertencimento (satisfação com a empresa).

1. Você conhece os benefícios corporativos oferecidos pela empresa? (Ex.:Vale-refeição e alimentação, Plano de saúde, Home office e horários flexíveis, Compensação de horas, Bonificação)

- ☐ Sim
- ☐ Não

Em caso afirmativo, responda as questões seguintes:

2. Como conheceu os benefícios corporativos ofertados pela empresa?

- ☐ Através da própria empresa, assim que entrou
- ☐ Através da empresa, com o passar do tempo
- ☐ Através de colegas de trabalho
- ☐ Outro. Qual? _____

3. Qual seu nível de satisfação com os benefícios corporativos ofertados pela empresa?

- ☐ Não estou nada satisfeito
- ☐ Pouco satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Bastante satisfeito

4. Os benefícios corporativos oferecidos pela empresa contribuem para seu bem-estar e qualidade de vida e as dos seus familiares?

- ☐ Não contribuem
- ☐ Pouco contribuem
- ☐ Contribuem razoavelmente
- ☐ Muito contribuem

5. Os benefícios corporativos oferecidos pela empresa contribuem para a melhoria do ambiente de trabalho (Clima Organizacional)?

- ☐ Não contribuem
- ☐ Pouco contribuem
- ☐ Contribuem razoavelmente
- ☐ Muito contribuem

6. Os benefícios corporativos oferecidos pela empresa contribuem para sua motivação e melhoria do trabalho (Aumento de produtividade)?

- ☐ Não contribuem
- ☐ Pouco contribuem
- ☐ Contribuem razoavelmente
- ☐ Muito contribuem

7. Os benefícios corporativos oferecidos pela empresa contribuem para que ocorra uma maior identificação com sua empresa (Relação de pertencimento)?

- ☐ Não contribuem
- ☐ Pouco contribuem

- ☐ Contribuem razoavelmente
- ☐ Muito contribuem

8. Os benefícios corporativos oferecidos pela empresa contribuem para que ocorra a permanência dos colaboradores na empresa?

- ☐ Não contribuem
- ☐ Pouco contribuem
- ☐ Contribuem razoavelmente
- ☐ Muito contribuem

9. Como você avalia o nível de satisfação dos seus colegas em relação aos benefícios oferecidos pela empresa?

- ☐ Não estão nada satisfeitos
- ☐ Pouco satisfeitos
- ☐ Satisfeitos
- ☐ Bastante satisfeitos