

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS - FUCAPE**

SEBASTIÃO FRANCISCO LOSS FRANZINI

**MENSURAÇÃO DO MONTANTE DAS DOAÇÕES PARA AS
INSTITUIÇÕES DENOMINADAS TERCEIRO SETOR SOB O
ASPECTO PERCEPTIVO E ECONÔMICO DOS PAIS E DAS MÃES
QUE TEM SEUS FILHOS ATENDIDOS POR ESTAS ENTIDADES**

**VITÓRIA
2011**

SEBASTIÃO FRANCISCO LOSS FRANZINI

**MENSURAÇÃO DO MONTANTE DAS DOAÇÕES PARA AS
INSTITUIÇÕES DENOMINADAS TERCEIRO SETOR SOB O
ASPECTO PERCEPTIVO E ECONÔMICO DOS PAIS E DAS MÃES
QUE TEM SEUS FILHOS ATENDIDOS POR ESTAS ENTIDADES**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Aridelmo José Campanharo Teixeira.

**VITÓRIA
2011**

Dedico este trabalho a toda
minha Família todos meus
amigos, pelo amor
incondicional e por
compreenderem minha
ausência.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela força concedida, pois embora muitas dificuldades e contratempos ele se fez presente, conduzindo-me pelo caminho correto para que eu pudesse alcançar esta conquista.

A toda minha família pelo amor, carinho, espírito de perseverança e ainda pela compreensão pela minha ausência, para que eu pudesse dedicar-me a este trabalho. Todos vocês foram exemplos de vida para mim.

Agradecimento especial ao Professor orientador desta pesquisa Dr. Aridelmo José Campanharo Teixeira pela ajuda, valiosa paciência informação e sobre tudo contribuição para a elaboração de cada fase deste trabalho.

A todos os Professores do Mestrado que durante todas as disciplinas se fizeram presentes, conduzindo-me pelo caminho do conhecimento e do crescimento profissional. A todos os amigos que estiveram juntos durante o Mestrado, especialmente a Ridelzi Regiane, Carlos Alberto Lima e Clóvis Grimaldo Couto, pela união, incentivo, amizade e ajuda.

Aos amigos do curso de aprimoramento, especialmente as Professoras Christiane e Ana Bela, Isabela, Kamila, Yara, Miguel, Aniely, Eduardo Celso e Lúcia, a alegria de todos vocês foi contagiante! Christiane e Ana Bela, obrigado pelo sucesso na prova de Proficiência.

Ao mestre da Fucape Éric Serrano, pela contribuição e ensinamento, a todos os integrantes desta Instituição pelo atendimento e prestatividade que nos dispensaram durante todo este mestrado.

A todos das APAES de Cariacica, Serra e Vila Velha pela ajuda na documentação que pudesse me dar base para fundamentar a pesquisa, ao Contador Roberto Schalze pela ajuda incondicional, em especial a José Machado de Souza, diretor da APAE Cariacica pela ajuda em todas as fases de elaboração deste trabalho, a todo o pessoal de apoio da Fucape que contribuíram para o andamento do curso, ao apoio nos momentos de grandes dificuldades, com certeza terei todos vocês sempre com muita gratidão.

A Gimacol empresa em que trabalho que por diversas vezes teve a compreensão de me liberar, dando-me voto de confiança, para que eu pudesse me empenhar na elaboração deste trabalho.

Em fim a todos que fazem parte de minha vida pessoal e profissional, toda minha gratidão.

RESUMO

Este estudo verificou as doações para as Instituições denominadas terceiro setor sob o aspecto perceptivo e econômico dos pais e das mães que tem seus filhos assistidos por estas entidades; investigou as ações desenvolvidas pelas APAE's (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) nos municípios de Cariacica, Vila Velha e Serra ES, destacando a peculiaridade e a complexidade que assume no contexto de Terceiro Setor. Procurou conhecer os dilemas e desafios enfrentados por estas entidades no dia a dia, e as soluções até hoje por elas encontrada, sobretudo no que se refere a prestação de serviços especiais e assistenciais de forma voluntária. Para finalizar, faz-se uma reflexão sobre a importância e necessidade dessas Entidades para as comunidades carentes, seus valores e a possibilidade de contribuição para o conhecimento sobre serviços especiais e a possível renovação destas organizações no contexto contemporâneo.

Palavras-Chaves:

Terceiro Setor, Doações, Percepção dos membros das Famílias, Serviços Voluntários.

ABSTRACT

This study examined donations to institutions under the so-called third sector and economic perceptual feature of the fathers and mothers who have their children assisted by these entities; it investigated the actions taken by APAE `S (Association of Parents and Friends of Exceptional Children) in the cities of Cariacica, Vila Velha and Serra ES, highlighting the uniqueness and complexity that they assume in the context of the third sector. We sought to understand the dilemmas and challenges faced by these entities day by day, and the solutions found by them today, especially with regard to the provision of special services and assistance voluntarily. Finally, it is a reflection on the importance and need for these entities to underserved communities, their values and the possibility of contribution to the knowledge of special services and the possible renewal of these organizations in the contemporary context.

Keywords: Third sector, Donations, Awareness of family members, Volunteers services.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Trabalho original M. Schuler (2004 p. 47).....	35
Quadro 2 – Roteiro de Entrevista de Schuler (2004 p.47) Adaptado Pelo Autor.....	36
Quadro 3 – Lista de Atributos Comum Entre Pais e Mães Entrevistados e a Frequência de Citação que eles se Destacaram.....	38
Quadro 4 – Conciliação dos Atributos Referentes ao quadro 1.....	39
Quadro 5 – Teste de Alfa de Cronbach.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estatística Descritiva das Variáveis Não-Atributos.....	40
Tabela 2 – Estatística Descritiva de Variáveis Atributos.....	41
Tabela 3 – Tabela de Frequência de Moradia.....	42
Tabela 4 – Tabela de Frequência de Município.....	43
Tabela 5 – Tabela de Frequência Formação dos Maridos.....	43
Tabela 6 – Tabela de número de Filhos.....	43
Tabela 7 – Tabela de Frequência da Elaboração de Eventos.....	44
Tabela 8 – Tabela de Frequência Formação das Esposas.....	44
Tabela 9 – Estatística de Regressão Múltipla – Não Atributos.....	45
Tabela 10 – Estatística de Regressão Múltipla – Atributos.....	46
Tabela 11 – Estatística de Regressão Múltipla – Final.....	47

LISTA DE SIGLAS

APAE – Associação de Pais e amigos dos Exepcionais

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

ONG's – Organizações não Governamentais

ANEXOS

Questionário aplicado a todos os pais e todas as mães que tinha seus filhos atendidos pelas APAE's no período de junho de 2009 a janeiro de 2010.....	55
Tabela com as variáveis para elaboração do Alfa de Cronbach.....	58

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	13
1.2 O PROBLEMA.....	17
1.3 OBJETIVOS.....	17
1.3.1 Objetivo Geral.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 JUSTIFICATIVA.....	18
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	18

CAPÍTULO 2

2 REVISÃO DA LITERATURA.....	20
2.1 CONCEITUANDO O TERCEIRO SETOR.....	20
2.1.1 A IMPORTÂNCIA DAS ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR PARA A SOCIEDADE.....	22
2.1.2 COMO FUNCIONAM AS ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR.....	23
2.1.3 AS ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR DESEMPENHANDO SEU PAPEL DENTRO DAS COMUNIDADES.....	25
2.2 A PERCEPÇÃO DE UM DETERMINADO VALOR.....	26
2.2.1 QUALIDADE PERCEBIDA.....	30

CAPÍTULO 3

3 METODOLOGIA.....	34
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	34

CAPÍTULO 4

4 ANÁLISE DOS DADOS.....	38
4.1 ANÁLISE DOS RELATÓRIOS.....	39

4.1.1 Relatórios Estatísticos.....	39
4.2 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS.....	40
4.3 TESTE DO ALFA DE CROMBACH.....	42
4.4 ANÁLISE DE REGRESSÃO.....	45
 CAPÍTULO 5	
5 CONCLUSÃO.....	49
6 REFERÊNCIAS.....	51

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

De acordo com Fernandes (1997), as Instituições denominadas Terceiro Setor são compostas por organizações sem fins lucrativos. Estas são criadas e mantidas por doações voluntárias, não dirigidas por órgão governamental, com o objetivo de atender às comunidades carentes com a prática tradicional de caridade e cunho social.

Tanaka e Manzini (2005) e Ribas (2007) destacam que, embora as Instituições denominadas Terceiro Setor sejam mantidas por doações voluntárias, existem empresas públicas e privadas que estão se tornando parceiras, contribuindo financeiramente e ajudando criar projetos sociais para atenderem as necessidades dos usuários de seus serviços.

Fernandes (1997) defende ainda que, estas Instituições são formadas por Associações ou Fundações Privadas não governamentais, que surgiram com a promessa de renovação do espaço público, ao se estabelecerem junto à sociedade civil organizada, buscando a participação de profissionais de forma voluntária, para atender interesses das comunidades em diferentes áreas sociais.

De acordo com Rodrigues (1998), muitas dessas entidades são formadas para trazer esperança às comunidades carentes, pois se caracterizam no assistencialismo, com ideais muitas vezes não atendidos pelo Estado.

Desta forma, Tenório (2001) destaca que, embora as organizações denominadas Terceiro Setor não serem vinculadas ao Estado, elas revestem-se de

caráter público na medida em que se dedicam a resolver problemas sociais e que, embora sejam sociedades civis privadas, estas organizações não visam lucro, pois todo serviço prestado às comunidades é de forma filantrópica.

Fernandes (1997) defende ainda que, o trabalho prestado de forma filantrópica vem expandindo seu sentido por diversas áreas sociais, incorporando um conceito de cidadania em diversas manifestações na sociedade civil organizada, amparando e dando assistência à população carente.

Ainda, segundo Fernandes (1997) manifestações como abaixo-assinado elaborado pelos diretores das Instituições denominadas Terceiro Setor contribuíram para que a Constituição Federal (1988) em seu artigo 213, destinasse parte dos recursos públicos para as Instituições sem fins lucrativos. Desta forma, essas entidades ganharam compreensão e fortalecimento dentro da conjuntura social, econômica e política e puderam assim configurar o seu crescimento no cenário atual.

Este crescimento é destacado em uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em conjunto com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), divulgado em 2004, demonstrando que o Brasil teve um notório crescimento a partir da década de 90 com 21% em formação de instituições sem fins lucrativos, e um crescimento de 32% em pessoas atendidas neste setor contemporâneo. (IBGE e IPEA, 2004)

Estudos realizados por Camargo (2001) demonstram que, nas duas últimas décadas do século XX, na região sul e sudeste houve um crescimento de 34% em constituição de Instituições denominadas Terceiro Setor, enquanto que nas outras regiões esse crescimento foi de 12%.

Drucker (2001) argumenta que, no Brasil nas últimas duas décadas, o crescimento das Instituições denominadas Terceiro Setor gerou novos empregos, movimentou a economia e assistiu as comunidades oferecendo, além de serviços especiais e cursos, capacitação profissional reconduzindo cidadãos ao mercado de trabalho.

Rits (2006) destaca que, o fenômeno de crescimento de serviços prestados de forma assistencial pelas Instituições denominadas Terceiro Setor é mundial, o Terceiro Setor é a oitava força econômica mundial, com um movimento de 1,1 trilhões de dólares por ano, gerando 10,4 milhões empregos.

Ainda, segundo Rits (2006), no Brasil existem 250 mil entidades denominadas Terceiro Setor que realizam algum tipo de serviço assistencial de forma voluntária. Estas Instituições empregam 1,5 milhões de pessoas e contam com 12 milhões de voluntários que movimentam 12 bilhões de reais por ano na economia.

As comunidades assistidas pelas Instituições do Terceiro Setor, de forma organizada, estão olhando para estas entidades como componente no crescimento da região e na prestação de serviços. (CAMARGO, 2001).

Estudo realizado por Coelho (2000) identificou que, as Instituições denominadas Terceiro Setor, são percebidas pelos seus trabalhos como solução para resolver os problemas sociais encontrados nas comunidades, podendo assim diminuir a exclusão social e construir uma sociedade mais justa.

Para Salamon (1998) a percepção do cidadão, acerca da idéia e da imagem dessas Instituições e da qualidade dos serviços prestados, tem refletido diretamente nas escolhas sobre seus serviços.

Dessa forma, Khalifa (2004) defende que, os usuários das Instituições denominadas Terceiro Setor devem ser tratados com total atenção, pois o principal papel destas organizações é gerar continuidade de seus serviços.

Costa *et al.* (2004) argumenta que, o processo de doação às instituições denominadas Terceiro Setor é influenciado por ferramentas de informação advindas da mídia. Esta influência também vem de familiares e amigos, exercendo um papel relevante ao promover estímulo à percepção dos doadores de que há causas e entidades que dependem de sua ajuda para a prestação de serviços e promover ações de cunho social.

Costa *et al.* (2004) destaca também, que existem diferentes formas dos familiares dos usuários das Instituições denominadas Terceiro Setor fazerem suas doações que podem ser: em dinheiro, tempo, remédio e roupas. No entanto, as doações com maior relevância para estas entidades são as doações em dinheiro, pois facilitam o trabalho dos gestores, que ficam com maior liberdade para administrarem a Entidade, o que não ocorre quando as doações são feitas em remédio, roupas ou outros objetos.

Assim, este trabalho estuda o montante das doações para as Instituições denominadas Terceiro Setor sob o aspecto perceptivo e econômico dos pais e das mães que têm seus filhos atendidos por estas entidades. Englobando famílias doadoras e não doadoras que utilizam os serviços das APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha, fazendo suas doações em dinheiro, tempo, roupa, remédio e outros objetos; e consiste no objetivo de demonstrar a importância dos voluntários e doadores para as Instituições denominadas Terceiro Setor nestes municípios.

1.2 O PROBLEMA

Qual o montante das doações dos pais e das mães para as APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha sob o aspecto perceptivo e econômico dos serviços prestados por estas Entidades?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Identificar o montante das doações dos pais e das mães que tem seus filhos assistidos pelas APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar o ambiente socioeconômico e a percepção dos pais e das mães dos usuários sob o aspecto dos serviços prestados pelas APAE's nos Municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha;

Verificar se o ambiente socioeconômico e a percepção aos serviços prestados refletem na possível doação dos pais e das mães que tem seus filhos assistidos pelas APAE'S nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se este trabalho por tentar contribuir com as Instituições do Terceiro Setor, demonstrando o montante das doações sob o aspecto econômico e perceptivo dos pais e das mães que utilizam seus serviços.

As APAE's analisadas se posicionaram diante das necessidades das comunidades, e prestaram seus serviços com objetivo de se destacarem e permanecerem na comunidade prestando serviços voluntários a seus usuários e doadores. (APAE's Cariacica, Serra e Vila Velha, 2009).

Assim, pretende contribuir também levantando informações com os usuários sobre suas necessidades de atendimento em serviços especiais, e como está sendo a assistência das APAE's nestas comunidades, bem como evidenciar a importância do atendimento social nas comunidades carentes para a sustentabilidade destas Instituições nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho é constituído por cinco capítulos. O primeiro capítulo trata da contextualização, a sua importância, o sistema motivacional do tema em questão, o problema, os objetivos geral e específico e a justificativa.

No segundo capítulo evidencia-se a base teórica que dá fundamentação a pesquisa, os aspectos conceituais, a importância das APAE's para as comunidades, os trabalhos publicados que ressaltam a necessidade destas Instituições para as comunidades carentes e as características dos usuários das APAE's que fazem suas doações voluntariamente.

No terceiro capítulo demonstra-se a metodologia da pesquisa, sua classificação, a forma da coleta de dados, suas variáveis e a limitação da pesquisa.

No quarto capítulo consta a análise dos resultados, a estatística escolhida e o princípio que foi seguido; a estatística regressão múltipla foi escolhida para a

identificação das variáveis que realmente impactam para que os usuários possam fazer suas doações e dar continuidade a estas Instituições.

No quinto capítulo consta a conclusão com os principais resultados que foram observados na pesquisa, todas as limitações e sugestões para novas pesquisas.

Capítulo 2

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CONCEITUANDO O TERCEIRO SETOR

De acordo com Ferreira *et al.* (2006), as organizações denominadas Terceiro Setor prestam serviços assistenciais em várias áreas sociais: preservação ambiental, cultura, direitos humanos e cidadania. Este mesmo autor ainda destaca que isto só é possível devido ao grande número de pessoas que se colocam à disposição para trabalhar de forma voluntária e aos doadores, que não medem esforços na hora de contribuir.

Segundo Paes (2001), o termo Terceiro Setor possui diversas formas de ser interpretado, no entanto, a principal característica é estar sempre em busca do desenvolvimento econômico da sociedade na prestação de serviços voluntários.

Paes (2001) destaca ainda, que as Instituições denominadas Terceiro Setor podem ser consideradas como um conjunto de entidades, organizações ou instituições dotadas de total autonomia e administração própria, apresentando como função e objetivo principal uma atuação voluntária junto aos membros de uma sociedade civil ou de uma comunidade, visando o bem estar social de todos.

Para Cardoso (2000), a autonomia a ação voluntária e a administração destas entidades estão diretamente ligadas às seguintes características:

- ✓ Uma nova esfera pública, nem privada nem governamental;
- ✓ Com grande participação de empresas privadas e órgãos governamentais;
- ✓ Compreendendo um conjunto de ações particulares focando o bem estar público e social.

Salamon (1998), define tratar-se também de:

- ✓ Um conjunto de valores que privilegia a iniciativa individual, a auto-expressão, a solidariedade e a ajuda mútua;
- ✓ Um conjunto de instituições e entidades organizadas que vêm apresentando uma força econômica mais acentuada e considerável nas últimas duas décadas, abrangendo países industrializados, e também países de economias emergentes.

Ainda, segundo Salamon (2000), as Instituições denominadas Terceiro Setor são importantes pelos serviços prestados voluntariamente e, no desenvolvimento do progresso econômico e assistencial de uma comunidade.

Salamon (2000) enfatiza que, estas entidades denominadas terceiro Setor constituem-se como alvo de toda uma variedade de mitos, diferenças ideológicas e interpretações muitas vezes errôneas, que ameaçam o processo de atendimento assistencial e limita o papel dessas Instituições no desenvolvimento de seus serviços junto às comunidades.

Fernandes (2000) destaca que, pode-se classificar as entidades denominadas Terceiro Setor como organizações que não são públicas e nem privadas, mas que procuram relacionar-se em parceria com os demais setores. primeiro (Estado); e segundo (Iniciativa Privada), sendo que o principal objetivo são ações de cunho social em caráter coletivo.

Ainda segundo Fernandes (2000), solidariedade compaixão amor ao próximo e compromisso são expressões das pessoas por meio de serviços voluntários, ou mesmo remunerados. Estas ações são desenvolvidas pelas entidades denominadas

ONG's, que não visam lucratividade, mas a produção de bens públicos e o bem estar social.

2.1.1 A importância das entidades do Terceiro Setor para a sociedade

Para Offe (1999) as entidades do Terceiro Setor servem de elo para manter a união entre os diferentes interesses de uma comunidade dentro de uma identidade social clara e justa.

Camargo (2001) destaca que as comunidades podem ser consideradas uma das molas que impulsionam as entidades denominadas Terceiro Setor, como um ecletismo do ambiente político-econômico, fazendo a ligação entre o Estado, a iniciativa privada e os cidadãos, no que tange às questões da melhoria social.

De acordo com Gonçalves (2006), esta ligação entre estado e a iniciativa privada facilita a inclusão das pessoas portadoras de necessidades especiais nestas Entidades, possibilitando sua melhor adaptação a sociedade.

Desta forma, verifica-se a importância das entidades denominadas Terceiro Setor; sua existência pode ser justificada pela busca na redução dos problemas sociais e ambientais. Em que a sociedade civil reunida é a principal força atuante, suas ações têm efeitos complementares. (CAMARGO, 2001).

Ainda segundo Camargo (2001), a força das Instituições denominadas Terceiro Setor não é de substituição ao Estado, uma vez que sua essência está na construção de parcerias com a iniciativa privada e empresas públicas para criar uma sociedade nova e com força, na qual todos os membros destas comunidades são agentes transformadores e atuantes.

Cardoso (2000) destaca que é possível que a noção de Terceiro Setor venha seguir o mesmo caminho histórico que um dia foi seguido pela noção de Terceiro Mundo: Instituições bem vistas aos olhos da sociedade, no entanto sem credibilidade e sem condições de cumprir seus objetivos.

Cardoso (2000) enfatiza também, é possível dizer que ainda estamos vivendo uma etapa em que as Instituições denominadas Terceiro Setor estão se firmando na sociedade, o que pode-se considerar uma novidade, a qual implica enfatizar sua autonomia, força e relevância dentro das comunidades.

2.1.2 Como funcionam as organizações do Terceiro Setor

De acordo com Kisil (2000), as organizações denominadas Terceiro Setor desempenham um papel intermediário, ligando o cidadão comum às entidades e organizações que podem participar da solução de problemas identificados pela sociedade.

Kisil (2000) observa ainda que, se por um lado tais entidades procuram fornecer algum tipo de serviço aos membros da comunidade, por outro, têm que procurar fundos para patrocinar seus programas em diferentes fontes de financiamento, na comunidade, na iniciativa privada e no governo.

Corulloón (2002) assinala que, mesmo com poucos investimentos por parte do Estado e da iniciativa privada, as Instituições denominadas Terceiro Setor, a partir da década de 1990, têm crescido de forma visível, tanto em estrutura, participação de pessoas prestando serviços voluntários, e também em doações.

Além do crescimento estrutural, incluindo-se doadores e pessoas voluntárias, cresceu também o espaço destas entidades na mídia. A sociedade está

reorganizando sua visão de mundo, sua forma de pensar e agir, exigindo seus valores básicos e fazendo com que sua estrutura social e política, suas artes e suas principais instituições evoluam. As organizações denominadas Terceiro Setor estão sendo cada vez mais importantes e exigidas, conforme cresce a necessidade dos cidadãos (DRUKER, 2001).

No dizer de Franco (2000), o crescimento das necessidades em serviços especiais faz com que as instituições do Terceiro Setor venham desenvolver as seguintes características:

- ✓ Maior aproximação entre Entidade e cidadão, melhores chances de oferecer serviços que a população necessita e não somente aqueles oferecidos pelo Estado;
- ✓ Melhoria na agilidade, ainda que haja estruturas funcionando de forma reduzida, elas continuam ágeis e não submetidas aos rigores legais que o Estado apresenta;
- ✓ Um modelo de atendimento que possa envolver pessoas da comunidade, principalmente na execução de trabalhadores voluntários, na solução dos problemas sociais, em benefício das comunidades;
- ✓ Valorização das soluções dos próprios membros da comunidade, que teriam menor custo e seriam mais fáceis de se aplicar, muitas vezes, seriam mais eficientes do que as grandes soluções encontradas por pessoas que, na maioria das vezes, não conhecem de fato a real situação em que as comunidades se encontram.

As ações autossustentáveis podem, ao mesmo tempo, minimizar os impactos dos processos de exclusão social e permitir o desenvolvimento de novas formas de

sociabilidade, contrapondo-se a uma dinâmica social geralmente guiada por um regime econômico capitalista. (CARCANHOLO e DOWBER, 1997).

Mintzberg (1996) defende que, além de serem guiadas por um regime econômico capitalista e impulsionadas pelas comunidades, as instituições denominadas Terceiro Setor também são vistas pela sociedade como a constituição de um espaço que pode requalificar o cidadão de forma relevante, na medida em que as atividades comunitárias crescem e permitem que o trabalhador possa desenvolver suas habilidades relevantes para o trabalho nos setores privado e público estatal.

Silver (1998) destaca também que, este desenvolvimento está capacitando pessoas para trabalhar em grupo, lidar de forma ética com demais membros da instituição, flexibilizar instrumentos de trabalho e cumprir metas com baixo aporte de recursos financeiros.

2.1.3 As organizações do Terceiro Setor desempenhando seu papel dentro das comunidades

De acordo com Borger (2001), as organizações denominadas Terceiro Setor têm, em sua engrenagem, as peças fundamentais para um bom desempenho funcional, entre os quais está o amor ao próximo, a caridade e o compromisso. Esta forma de solidariedade pode desenvolver diferentes papéis em sua relação com o primeiro setor (Estado) e o segundo setor (Iniciativa Privada), perante os membros da sociedade.

Para Neto (2001), estas entidades formam entre si uma extensa rede de solidariedade social. É onde o cidadão pode encontrar a solidariedade sem

interesse. Por exemplo, o cidadão desempregado pode receber cursos promovidos por Instituições que estão buscando a recondução das pessoas ao mercado de trabalho, podendo encontrar também assistência médica, odontológica e educacional.

Camargo (2001) destaca ainda que, estas Instituições muitas vezes são uma excelente alternativa de emprego e capacitação profissional. É uma forma de ajudar o Estado numa participação complementar às suas funções.

Camargo (2001) observa também que, estas Instituições estão criando um novo conceito de trabalho, centrado nos objetivos filantrópicos formais ou informais, sem visar lucros, na defesa da cidadania e no amparo aos cidadãos mais necessitados.

Haliski e Lara (2006) argumentam que, quando as instituições denominadas Terceiro Setor percebem a necessidade dos cidadãos, nenhum dos seus voluntários e colaboradores medem esforços em buscar uma solução. A participação de todos é importante para o processo de atendimento.

2.2 A percepção de um determinado valor

Dentro do conceito do valor percebido, de acordo com alguns autores existem diferentes tipos de variações: cognitivas, sensorial, simbólica e emocional.

Kotler (1998) destaca que, um serviço oferecido por uma Instituição pode agregar valor ao usuário, resultado da diferença entre o que se espera (um conjunto de benefícios) e o que é oferecido, o que pode ser considerado como vantagem cognitiva para o usuário.

De acordo com Godoy (2006), cognição é um ato ou processo de conhecimento, que pode envolver atenção, percepção, memória, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento e linguagem, é uma forma pela qual pode haver uma visão única por um grupo de indivíduos, por um serviço ou objeto.

Ainda Godoy (2006) destaca que, cognição não é apenas um conhecimento, é também a forma com que um indivíduo pode se adaptar ao meio em que vive, processo pelo qual o ser humano interage com seus semelhantes dentro da sociedade sem perder sua identidade existencial. A cognição opera a captação dos sentidos para em seguida ocorrer a percepção. É um processo de conhecimento em que se pode acessar uma informação (um serviço) disponível na memória.

Gade (1996) e woodruff (1997) conceituam e encaram o valor e o conhecimento do usuário, como a qualidade percebida pela Instituição, ajustado ao serviço que para ele é prestado e pela percepção simbólica que permanece na memória.

De acordo com Baddini (2004) a sensação simbólica que temos na memória é um meio que se destina a avaliar a aceitação de um produto ou serviço, pela preferência de seus consumidores ou usuários. Com base na análise sensorial de cada indivíduo, a Instituição pode medir sua aceitação na comunidade onde está inserida.

Ainda segundo Baddini (2004) a análise sensorial é uma ferramenta que pode ser utilizada para avaliar os serviços prestados, a aceitação acerca dos mesmos. É um método que pode ajudar no controle da qualidade, para desenvolver outros tipos de serviços futuros simbolizados pelos usuários e, melhorar os já existentes.

Para Duran (1988) simbologia é a forma de se interpretar, é a arte de criar símbolos, em todas as sociedades e em todas as culturas os seres humanos podem expressar seus sentimentos, mitos, crenças, fatos, situações ou idéias através de símbolos, é uma forma de representar a realidade. É através da representação simbólica que os seres humanos podem se apropriar do mundo.

Weber e Hsee (1998) argumentam que, a cultura faz diferença na percepção. Há culturas que são conservadoras: preferem muitas vezes pagar mais e ter um menor risco enquanto outras culturas são mais arrojadas: preferem visar à lucratividade e não se preocupar com o risco.

Ainda segundo Weber e Hsee (1998), em trabalho realizado em quatro faculdades urbanas, em quatro diferentes países, foi encontrado o seguinte resultado: culturas asiáticas são conservadoras e chegam perto da neutralidade quanto ao risco, enquanto culturas americanas e européias percebem o risco; porém, são mais arrojadas no momento da escolha de um serviço: o que lhe oferecer mais vantagens é o escolhido independente do risco.

Domingues (2000) argumenta que, oferecer vantagens, apresentar um bom atendimento e se relacionar com seus usuários, as Instituições passaram a focar o valor percebido, acreditando ser ele o elemento que pode impulsionar essas Instituições no momento da escolha de um serviço.

De acordo com Chauí (2000, p. 153), percepção “é o conhecimento sensorial de configurações ou de totalidades organizadas e dotadas de sentido, e não uma soma de sensações elementares”.

O valor percebido pelas pessoas tem sido objeto de estudiosos na área de sociologia visando entender o comportamento dos indivíduos. Em especial, pode-se

crer que a justificativa para dar atenção ao tema pode estar relacionada à percepção de que um dos principais papéis da função institucional na organização é gerar continuo valor para os indivíduos da sociedade. Em contra partida, ao mesmo tempo em que o tema revela grande importância dentro dos contextos profissionais e acadêmicos em sociologia, existem outras questões que ainda são motivos de debates, a começar pelo conceito de valor, que é subjetivo. (KHALIFA, 2004).

Khalifa (2004) enfatiza que, com relação ao que se pode considerar valor percebido, por se tratar de subjetividade, podem existir problemas conceituais com relação ao tema.

De acordo com Zeithaml (1998), uma das propostas mais aceitas é: valor é a avaliação global de tudo o que as pessoas necessitam e exigem de uma instituição e como elas são atendidas quanto à utilidade de um serviço, tomando por base, a percepção do que é dado e do que é recebido.

A partir dessa definição, é possível verificar que o valor pode ser visto como avaliação de benefícios e sacrifícios. (ZEITHAML, 1998).

Cronin (2000) argumenta que, a definição sociológica tem mostrado seus estudos acerca do valor preponderante. Estes sucedem e complementam os estudos em qualidade e satisfação, para serem entendidos quanto à qualidade percebida pelos usuários com relação aos serviços prestados.

Chauí (2000) afirma que, as pessoas percebem o mundo de forma qualitativa, que vivemos neste meio de forma ativa, isto é, tudo o que por nós é percebido damos novos valores e novos sentidos, vivemos interagindo com o mundo em tudo aquilo que faz parte de nossas vidas.

De acordo com Zeithaml (1998), a percepção qualitativa das coisas é também o reconhecimento que pode corresponder a um conjunto de sinais ou convenções que nos habituamos a exigir e experimentar, os quais podem ser entendidos como sendo um suporte.

Ainda segundo Zeithaml (1998), este tipo de reconhecimento é processado a um nível que podemos classificar de nível inicial, tal como quando percebemos que estamos frente a um rosto, o qual possui olhos, nariz e boca; no entanto, é apenas um rosto, e neste tipo de nível inicial de percepção, a duração é muito pouca, porque essa afirmação vem corresponder a um nível posterior. Se fizermos uma comparação, parece óbvio que o fato de muitas vezes nos colocarmos em frente a uma tela coberta de tinta pode não significar necessariamente que estamos vivenciando uma experiência artística, ou estamos em frente a uma obra de arte.

Ainda Zeithaml (1998), é como se nesse momento houvesse o reconhecimento de sinais iniciais, e estivéssemos operando uma instantânea alteração de atitude mental do objeto observado e este ficasse mais atento. A função do reconhecimento, a este nível, é simplesmente inicial, uma espécie de convite à percepção da existência de outra realidade.

2.2.1 Qualidade percebida

A qualidade é percebida pelas crenças, expectativas e emoção que as pessoas têm acerca de um serviço que lhe é prestado e pelo esforço desempenhado pela organização no atendimento às suas necessidades. (TAMOYO e TRÓCCOLI, 2002).

Ekman (1988) afirma que, a emoção é uma experiência subjetiva, que pode estar associada ao comportamento, temperamento, personalidade, emoção e motivação de cada pessoa.

Para esse autor, existem entre as pessoas diferentes formas de expressar suas emoções, pois respondem de modo diferente ao seu estado emocional. Há pessoas que demonstram suas emoções chorando, outras lutando, e há até quem demonstre sua emoção fugindo de certa situação. Assim podemos considerar que emoção é parte do comportamento de cada indivíduo dentro da sociedade em que vive.

Em sociologia, encontram-se estudos sobre valor percebido, produzidos, especialmente, na literatura sobre qualidade em serviços. Estes estudos começaram a ganhar foco na década de 80, incluindo a qualidade como benefício central, capaz de operacionalizar em favor dos membros de uma comunidade. (COSTA, 2007).

De acordo com Ferreira *et al.* (2006), o Terceiro Setor é percebido pelos seus voluntários, colaboradores e usuários como instituições de caráter privado com fins públicos, que se estabelecem junto às comunidades, com o objetivo de atender seus membros, sem visar lucros.

Estudar a qualidade e a percepção dos usuários acerca de um trabalho voluntário pode ser de grande relevância para o entendimento da qualidade do mesmo, que também pode ser comparado entre a compensação e a expectativa de um usuário (BERRY, 1985).

Domingues (2000) argumenta que, as instituições denominadas terceiro Setor estão utilizando o Marketing institucional como ferramenta estratégica para medir a expectativa dos usuários quanto à qualidade percebida por um serviço. Estas instituições procuram identificar a visão externa, para conhecer a necessidade das

peessoas e, assim, adotar um método que venha atender suas exigências, oferecendo serviços que possam ser relevantes e agregar valor à percepção dos usuários quanto à entidade.

Estudos sobre percepção também demonstram que a qualidade é vista pela imagem da organização, o que já foi objeto de investigação na gestão organizacional. (BERRY, 1985).

Leister (1975) defende que, estudos sobre a qualidade de uma Instituição e os serviços que por ela é prestado têm foco externo à organização, onde sua imagem, de seus funcionários e voluntários é medida e vista de forma significativa dentro das comunidades.

Este autor também defende que é difícil separar as noções de imagem e atitude de cada indivíduo, a menos que se tenha um instrumento para medir ambas. Porém, o autor define que a imagem é possuída por um objeto, enquanto a atitude é possuída por um indivíduo com relação a esse objeto. Uma imagem tem sido descrita com um entendimento popular possuído por um objeto com vistas a um público alvo.

Tamoyo e Tróccoli (2002) defendem que, quando este público entra em uma determinada instituição, tem certas expectativas sobre as realizações de suas necessidades e sobre o que estas organizações poderão lhe oferecer.

Para Walsh (1988), a percepção das expectativas de um indivíduo com relação a um serviço prestado, muitas vezes tem reflexo direto na imagem da entidade, com efeitos positivos ou negativos.

Ainda segundo Walsh (1988), a imagem de uma instituição para os diversos elementos do ambiente, contribui de forma diferente para a organização e com interesses diferentes de serem satisfeitos por meio da relação cidadão-entidade.

Capítulo 3

3 METODOLOGIA

3.1 CLASSIFICAÇÕES DA PESQUISA E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Esta pesquisa foi classificada inicialmente como pesquisa bibliográfica porque foi realizada através de livros, dissertações, publicações periódicas, artigos publicados sobre o assunto e Internet.

Foi realizado um estudo nas APAE's – (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) em Cariacica, Serra e Vila Velha onde 244 pais e 244 mães que têm seus filhos assistidos por estas entidades nestes municípios, sendo 222 pais e 222 mães casados e 22 pais e 22 mães separados.

Esta pesquisa foi dividida em duas fases, a primeira fase tem características qualitativas. De acordo com Creswell (2007), para uma pesquisa qualitativa é necessário conhecer a população dentro de um cenário natural. Desta forma, o pesquisador qualitativo vai ao encontro (na casa, no escritório ou em uma entidade) do participante para que possa ser conduzida a pesquisa. Esta forma permite ao pesquisador desenvolver um nível detalhado sobre a pessoa pesquisada ou sobre o local onde ela se encontra, isso permite que o investigador esteja altamente envolvido com todas as experiências reais dos participantes.

Assim, o primeiro passo desta pesquisa foi a identificação do público. Após a identificação foram elaboradas entrevistas com oito Pais e oito Mães que têm seus filhos assistidos pela APAE de Cariacica, oito Pais e oito Mães que têm seus filhos assistidos pela APAE da Serra e oito Pais e oito Mães que tem seus filhos assistidos pela APAE de Vila Velha. Esta amostra corresponde a aproximadamente 10% (dez

por cento) dos pais e das mães que tem seus filhos assistidos pelas APAE's nestes municípios. As entrevistas tiveram duração entre 45 minutos (tempo mínimo) e 1 hora e 25 minutos (tempo máximo), e foram elaboradas nos meses de julho, agosto e setembro de 2009 pelo próprio entrevistador na residência dos 24 pais e 24 mães entrevistados.

A escolha das famílias entrevistadas foi feita de forma aleatória. As entrevistas seguiram um roteiro semi-estruturado com a finalidade de identificar atributos relevantes na percepção dos pais e das mães quanto à qualidade dos serviços prestados e a imagem das APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha. Os atributos identificados foram listados para posterior mensuração com relação ao grau de importância e satisfação que os pais e as mães dos assistidos têm em relação às APAE's.

O roteiro desta entrevista foi adaptado à realidade das APAE's está inserido nesta pesquisa, e apresentado no quadro 2:

When you think of (inductor term), how important do you consider these itens are:					
1 Personal well being in the workplace	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5
2 Personal and Professional valorization of employees	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5
3 Acceptance of suggestions, ideas, and criticisms	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5
When you think of (inductor term), how satisfied are you with:					
1 Personal wellbeing in the workplace	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5
2 Personal and Professional valorization of employees	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5
3 Acceptance of suggestions, ideas, and criticisms	Not Important 1	A little Important 2	More or less Important 3	Quite Important 4	Very Important 5

Quadro 1:

Trabalho original SHULLER M. (2004, pg. 47)

GERAL:	1 – Quando eu digo APAE, qual a primeira coisa que lhe vem à mente? 2 – Existem outras idéias que lhe vem à mente quando você ouve a palavra APAE? 2.1 – Outras idéias à mente que te caracterize APAE?
COGNITIVA: as características, os serviços, sua importância para a comunidade.	3 – Como você descreve a APAE? 4 – Quais os benefícios que você obteve até hoje com a APAE?
SENSORIAL: sensações que permanecem na memória, de contatos anteriores com a Entidade.	5 – Quais as sensações que a APAE lembra você?
SIMBÓLICA: que relaciona os serviços com a imagem e outras idéias, que possam se aproximar.	6 – O que significa a APAE para você?
EMOCIONAL: impressões emocionais que permanecem na memória, de contatos anteriores com a Entidade.	7 – Quais os sentimentos que lhe vem à mente quando eu digo APAE? 8 – Onde você buscou informação sobre a APAE?

Quadro 2: Roteiro de entrevistas

Fonte: Schuler (2004, p. 47).

Nota: Adaptado pelo autor.

O roteiro desta primeira fase teve por objetivo conhecer, identificar e listar, os principais atributos em comum com todos os pais e mães que têm seus filhos assistidos pelas APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha.

A segunda fase desta pesquisa teve características quantitativas. De acordo com Minayo (1993), pesquisa quantitativa geralmente é elaborada por meio de um roteiro ou questionário. As respostas devem ser registradas para posteriormente serem analisadas e mensuradas. Seguindo esta orientação e com os atributos identificados na primeira etapa da pesquisa, elaborou-se um questionário para coleta dos dados quantitativos. O questionário foi aplicado aos 244 pais e 244 mães que tinham seus filhos assistidos pelas APAE's nos meses de junho de 2009 a janeiro de 2010 nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha. Foram escolhidos estes municípios, onde as APAE's têm as mesmas estruturas físicas e atendem basicamente o mesmo número de usuários.

Contando com 5 possíveis notas alternativas, onde os 244 Pais e as 244 Mães que tem seus filhos assistidos pelas APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha, puderam avaliar estas Instituições dando notas que variavam de 1 a 5 a cada atributo identificado na fase das entrevistas.

As respostas foram construídas na forma de anonimato onde os 244 pais e as 244 mães não tinham a necessidade de se identificar. Todo o processo das entrevistas e os questionários foram acompanhados pelas assistentes social voluntárias das APAE's em cada município, para garantir a qualidade de toda coleta de dados.

Esta coleta foi realizada nos meses de outubro, novembro e dezembro de 2009 e janeiro de 2010. A supervisão foi realizada pelo pesquisador juntamente com as assistentes sociais voluntárias para evitar respostas tendenciosas. Os 244 pais e as 244 mães puderam responder os questionários nas dependências da própria APAE ou em suas residências. O questionário encontra-se em anexo neste trabalho, todas as respostas foram registradas em uma tabela para mensuração, conforme planejamento desta coleta de dados.

Capítulo 4

4 ANÁLISE DOS DADOS

Os atributos a seguir são provenientes da pesquisa documental que foi realizada junto às APAE's nos municípios de Cariacica, Serra e Vila Velha, das entrevistas realizadas com 24 pais e 24 mães que tem seus filhos atendidos por estas entidades, e estão apresentados no quadro 3.

NÚMEROS	ATRIBUTOS	FREQUÊNCIA
1	Ajuda	12,71 %
2	Carinho	12,28 %
3	Amor	11,93 %
4	Dedicação	9,16 %
5	Sentimento ao próximo	8,30 %
6	Informação	7,09 %
7	Compromisso	7,09 %
8	Bom trabalho / Atendimento	6,40 %
9	Amizade	4,84 %
10	Família	3,46 %
11	Confiança	2,94 %
12	Apoio	1,90 %
13	Religião	1,55 %
14	Compreensão	1,55 %
15	União	1,55 %
16	Alegria	1,38 %
17	Paz	1,21 %
18	Sinceridade	1,21 %
19	Felicidade	1,21 %
20	Fidelidade	1,21 %
21	Bons profissionais	1,03 %

Quadro 3: Lista de Atributos comuns entre os pais e as mães entrevistados, e a frequência de citações em que eles se destacaram.

Fonte: Dados das entrevistas.

Após as entrevistas, encontraram-se vinte e um atributos relacionados no Quadro 3. Esses atributos foram levados em consideração no roteiro das entrevistas do Quadro 2, conforme descritos no Quadro 4:

GERAL:	Amizade, Família, Confiança, Religião, Alegria.
COGNITIVA: as características, os serviços, sua importância para a comunidade.	Informação, Compromisso, Bom trabalho/atendimento, Apoio, Fidelidade, Bons profissionais.
SENSORIAL: sensações que permanecem na memória, de contatos anteriores com a Entidade.	Sentimento ao próximo, União, Felicidade.
SIMBÓLICA: que relaciona os serviços com a imagem e outras idéias, que possam se aproximar.	Dedicação, Sinceridade.
EMOCIONAL: impressões emocionais que permanecem na memória, de contatos anteriores com a Entidade.	Ajuda, Carinho, Amor, Compreensão, Paz.

Quadro 4: Conciliação dos Atributos referentes ao Quadro 1
Fonte: Dados das entrevistas.

4.1 ANÁLISE DOS RELATÓRIOS

4.1.1 Relatórios Estatísticos

Após a coleta dos dados, qualitativos e quantitativos, foram formados dois grupos, sendo o primeiro com as variáveis da estratificação das famílias encontradas na fase das entrevistas, e o segundo formado pelos atributos em comum entre as famílias entrevistadas.

O presente estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam no montante das doações destinadas as APAE's. Para realização do mesmo foram coletados dados das famílias dos usuários de seus serviços por meio de um questionário estruturado. Foram aplicados 488 questionários no período de outubro, novembro e dezembro de 2009 e janeiro de 2010.

Como se trata de um questionário extenso, com 21 (vinte e uma) perguntas, pode-se dividir em dois grupos: (i) Atributos e (ii) Não Atributos. Esta divisão facilitará

a interpretação dos resultados obtidos. De acordo com Hair (2005) a divisão dos grupos pode tornar a estatística mais simples, no entanto seus resultados tornam-se mais consistentes para análise.

4.2 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS

De acordo com Silva *et. al.* (1999) a estatística descritiva tem por objetivo principal descrever uma coleta de dados, apresentando informações sobre média, proporções, tendências, taxas e Coeficientes, podendo assim, facilitar a descrição dos fenômenos observados.

Ainda segundo Silva *et. al.* (1999) enfatiza que, as informações sendo bem apresentadas através de tabelas ou gráficos podem ser mais facilmente compreendida pelos leitores.

Tabela 1 – Estatísticas Descritivas das Variáveis Não-Atributos

Descrição	N	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Q1	Q2	Q3
Idade								
Doadores	488	36,97	8,94	20	80	29	37	42
Renda								
usuários	488	2.752,89	1.586,09	780,00	12.400,00	1.832,50	2.000,00	3.737,50
Valor								
doaç. Mês	488	121,72	64,12	50,00	500,00	50,00	120,00	150,00
Eventos								
Anuais	488	3,22	1,81	1	10	2	3	4

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme Tabela 1, dos 244 pais e 244 mães que tem seus filhos assistidos pelas APAE's em Cariacica, Serra e Vila Velha têm média de idade de 36,97 anos com um desvio padrão de 8,94, sendo o mais novo (a) com 20 anos de idade e o mais velho (a) com 80 anos, a Renda destes doadores é em média R\$ 2.752,89 com um desvio padrão de R\$ 1.586,09 destes doadores a renda mínima é de R\$ 780,00 por mês e o doador mais bem remunerado recebe R\$ 12.400,00 por mês, as doações tem média de R\$ 121,72 com desvio padrão de R\$ 64,12 sendo a doação

mínima de R\$ 50,00 e a Máxima de R\$ 500,00, a elaboração de eventos tem média de 3,22 com desvio padrão de 1,81 sendo evento mínimo 1 e o máximo 10.

Tabela 2 – Estatísticas Descritivas de Variáveis Atributos

Descrição	N	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Q1	Q2	Q3
Ajuda	488	4,93	0,29	3	5	5	5	5
Carinho	488	4,97	0,22	3	5	5	5	5
Amor	488	4,97	0,22	3	5	5	5	5
Dedicação	488	4,95	0,27	3	5	5	5	5
Sentimento ao Próximo	488	4,91	0,37	3	5	5	5	5
Informação	488	4,89	0,40	3	5	5	5	5
Compromisso	488	4,93	0,31	3	5	5	5	5
Bom Trabalho/Atendimento	488	4,93	0,32	3	5	5	5	5
Amizade	488	4,89	0,39	3	5	5	5	5
Família	488	4,93	0,32	3	5	5	5	5
Confiança	488	4,94	0,31	3	5	5	5	5
Apoio	488	4,94	0,29	3	5	5	5	5
Religião	488	4,92	0,34	3	5	5	5	5
Compreensão	488	4,96	0,26	3	5	5	5	5
União	488	4,95	0,28	3	5	5	5	5
Alegria	488	4,94	0,31	3	5	5	5	5
Paz	488	4,96	0,24	3	5	5	5	5
Sinceridade	488	4,93	0,30	3	5	5	5	5
Felicidade	488	4,95	0,28	3	5	5	5	5
Fidelidade	488	4,92	0,33	3	5	5	5	5
Bons Profissionais	488	4,94	0,28	3	5	5	5	5

Fonte: Dados da Pesquisa

Na Tabela 2 estão descritos os atributos em comum entre as famílias entrevistadas, estes atributos estão relacionados pela ordem de frequência que cada um foi citado no momento das entrevistas.

As variáveis para percepção dos atributos foram mensuradas por notas que variavam de 1 a 5, para a interpretação dos resultados foram utilizadas estatísticas descritivas, pois neste caso esta variável é quantitativa discreta, e também tabelas de frequências para complementação do estudo da distribuição das respostas registradas no questionário.

4.3 TESTE DO ALFA DE CRONBACH

Foi elaborado o teste do Alfa de Cronbach para verificar a confiabilidade do questionário, de acordo com Hair (2005) o Alfa de Cronbach assume um valor de no máximo 1.0, sendo que se este valor se aproximar muito de zero o questionário perde o efeito, como o resultado foi de 0,555 pode-se afirmar que o questionário está em um excelente nível de confiabilidade.

Resumo de Processamento de Caso		
	N	%
Casos Válidos	487	99,8
Excluídos	1	,2
Total	488	100,0

Confiabilidade Estatística	
Cronbach's Alpha	Número de Termos
,555	21

Quadro 5: Teste do Alfa de Cronbach

Tabela 3 – Tabela de Frequência Moradia das Famílias		
Moradia	Frequência	%
Não própria	20	8,19
Própria	224	91,81
Total	244	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 3 apresenta como estão morando os doadores destas Instituições, observou-se que das 244 famílias doadoras 20 não moram em casa própria (8,19%); enquanto que 224 têm residência própria (91,81%); como moradia foi significativa para as doações pode-se observar que quem mora em casa própria tem melhores condições de doação.

Tabela 4 – Tabela de Frequência moradia das Famílias por Município

Município	Frequência	%
Não Cariacica	161	65,98
Cariacica	83	34,02
Total	244	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

Na Tabela 4, observa-se que das 244 famílias que tem seus filhos assistidos por estas Instituições 161 (65,98%) não estão residindo no município de Cariacica, neste município reside apenas 83 famílias doadores correspondendo a (34,02%).

Tabela 5 - Frequência Formação dos maridos

Formação	Frequência	%
Fundamental	23	9,43
Ensino Médio	102	41,80
Ensino Superior	119	48,77
Total	244	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

Na Tabela 5, está demonstrada a formação dos maridos doadores, sendo que apenas 23 doadores (9,43%) possuem apenas o ensino fundamental, a frequência com ensino médio é 102 doadores (41,80%) e com ensino superior 119 doadores (48,77%), a formação dos maridos foi item significativo para as doações conforme Tabela 9, como está destacado que a formação está de ensino médio para superior caracteriza que quem tem melhor formação tem também melhor percepção pelos serviços prestados por estas entidades.

Tabela 6 – Tabela de Número de Filhos por Famílias

N. Filhos	Frequência	%
1	192	78,69
2	37	15,37
3	11	4,30
4	3	1,23
5	1	0,41
Total	244	100,00

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com a Tabela 6, das 244 famílias que têm seus filhos assistidos por estas Instituições 192 famílias tem apenas um filho (78,69%), 37 famílias com

dois filhos (15,37%), 11 famílias com três filhos (4,30%), 3 famílias com quatro filhos (1,23%) e 1 família com cinco filhos (0,41%), foi percebido nesta pesquisa que pais e mães quando tem o primeiro filho com necessidades especiais ficam com medo de ter um segundo filho o que demonstra o motivo pelo qual 78,69% dos entrevistados possuem apenas um filho

Tabela 7 - Elaboração de Eventos por Doadores

Eventos	Frequência	%
Não	167	34,22
Sim	321	65,78
Total	488	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 7 demonstra a frequência da elaboração de eventos sendo que 167 (34,22%) responderam não à elaboração de eventos para angariar recursos para a Instituição e 321 (65,78%) pessoas responderam sim elaboram algum tipo de evento com a finalidade de angariar recursos para a Instituição. O item eventos foi significativo no momento de doar, as pessoas que por algum motivo não conseguem elaborar eventos para a instituição, de alguma forma tem a preocupação de fazerem melhores doações para a mesma, como forma de retribuir a atenção que recebe de seus colaboradores para atender suas necessidades.

A Tabela 8 demonstra a formação das esposas que tem seus filhos assistidos nestas Instituições, 20 Mães (8,19%) possuem apenas o ensino fundamental, 155 Mães (63,54%) possuem o ensino médio e 69 Mães (28,27%) possuem o ensino superior.

Tabela 8 - Frequência Formação das Esposas

Formação da Esposa	Frequência	%
Fundamental	20	8,19
Ensino Médio	155	63,54
Ensino Superior	69	28,27
Total	244	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

4.3 ANÁLISE DA REGRESSÃO

Tabela 9 -Estatística de Regressão Múltipla – não Atributos

Tabela 9 – Estatística de Regressão Múltipla - Não Atributos				
$Doação_i = \alpha_1 + \alpha_2 Idade_i + \alpha_3 Moradia_i + \alpha_4 Município_i + \alpha_5 Formação_i + \alpha_6 RendFamili_i + \alpha_7 Filhos_i + \alpha_8 Eventos_i + \alpha_9 FormEsposa_i + \varepsilon_i$				
Variáveis	Coeficientes	VIF	Estatística – t	P-value
α_2 Idade Doadores	0,0029	1,81	0,01	0,994
α_3 Moradia	25,7342	1,44	3,08	0,002 [*]
α_4 Município	7,9370	4,40	1,12	0,263
α_5 Form. Maridos	16,5190	1,40	2,52	0,012 ^{**}
α_6 Renda doadores	0,0009	1,23	0,28	0,778
α_7 Filhos por Fam.	6,5704	1,14	0,92	0,360
α_8 Eventos Anuais	-7,8896	1,12	-5,74	0,000 [*]
α_9 Form. Esposa	-6,9659	1,10	-1,25	0,212
α_1	95,2637		5,24	0,000 [*]
R ² Ajustado				0,0838
Nº Observações				488
Teste F				7,42 [*]

Fonte: Dados da Pesquisa

Onde: *, **, *** Estatisticamente significantes ao nível de 1%, 5% e 10% respectivamente;

A Tabela 9 contém a análise de regressão para os dados não-atributos. Os testes de parâmetros foram realizados utilizando a correção robusta para os erros padrões, pois os pressupostos de normalidade de Homocedasticidade dos resíduos foram violados.

Esta mesma tabela, ilustra os resultados obtidos na regressão múltipla para o grupo não atributos, idade, moradia, município, formação dos maridos, renda familiar, número de filhos, eventos, formação das esposas.

As variáveis moradia, formação dos maridos e eventos foram consideradas estatisticamente significantes. A moradia possui sinal positivo, como foi atribuído o valor 1 para moradia própria, os entrevistados que possuem este tipo de moradia tendem a contribuir mais com as APAE's. A variável formação possui coeficiente positivo, logo quanto maior o grau de instrução maior o valor da doação. A variável

eventos possui sinal negativo, como o valor 1 foi atribuído aos entrevistados que ajudam a organizar eventos, logo aqueles que não ajudam nessa organização tendem a contribuir mais.

Tabela 10 – Estatística de Regressão Múltipla - Atributos

Tabela 10 – Estatística de Regressão Múltipla - Atributos				
$Doação_i = \beta_1 + \beta_2 Ajuda_i + \beta_3 Alegria_i + \beta_4 Carinho_i + \beta_5 Amor_i + \beta_6 Dedicacao_i + \beta_7 Sentimento_i + \beta_8 Informacao_i + \beta_9 Compromisso_i + \beta_{10} BomTrabalho_i + \beta_{11} Amizade_i + \beta_{12} Familia_i + \beta_{13} Confianca_i + \beta_{14} Apoio_i + \beta_{15} Religiao_i + \beta_{16} Compreensao_i + \beta_{17} Uniao_i + \beta_{18} Paz_i + \beta_{19} Sinceridade_i + \beta_{20} Felicidade_i + \beta_{21} Fidelidade_i + \beta_{22} BonsProf_i + \varepsilon_i$				
Variáveis	Coefficientes	VIF	Estatística – t	P-value
β_2 Ajuda	20,5729	1,14	2,08	0,038 **
β_3 Alegria	3,7476	1,09	0,47	0,639
β_4 Carinho	2,3638	1,07	0,20	0,839
β_5 Amor	11,4534	1,11	1,38	0,168
β_6 Dedicacao	28,4181	1,16	3,22	0,001 *
β_7 Sentimento	0,8103	1,14	0,10	0,921
β_8 Informacao	0,8436	1,20	0,12	0,905
β_9 Compromisso	-13,8827	1,18	-0,71	0,475
β_{10} BomTrabalho	-2,3485	1,18	-0,26	0,795
β_{11} Amizade	4,0022	1,23	0,46	0,645
β_{12} Familia	5,7978	1,09	0,74	0,461
β_{13} Confianca	10,5802	1,14	1,24	0,217
β_{14} Apoio	-7,0682	1,08	-0,83	0,410
β_{15} Religiao	4,2327	1,10	0,57	0,566
β_{16} Compreensao	4,4132	1,09	0,50	0,619
β_{17} Uniao	1,8637	1,08	0,15	0,878
β_{18} Paz	-3,4887	1,08	-0,24	0,812
β_{19} Sinceridade	0,3083	1,06	0,03	0,976
β_{20} Felicidade	16,4217	1,08	1,84	0,067 ***
β_{21} Fidelidade	10,3949	1,06	1,37	0,173
β_{22} BonsProf	12,9600	1,13	1,22	0,225
β_1	-433,7906		-2,77	0,006 *
R ² Ajustado				0,0545
Nº Observações				487
Teste F				2,12 *

Fonte: Dados da Pesquisa.

Onde: *, **, *** Estatisticamente significantes ao nível de 1%, 5% e 10% respectivamente;

A tabela 10 ilustra os resultados obtidos na regressão múltipla para o grupo Atributos.

O atributo ajuda, dedicação e felicidade foram considerados estatisticamente significantes. Todos os três atributos possuem coeficientes positivos, ou seja, quanto maior a percepção desses atributos ao entrevistado, maior o valor de doação. Dentre os três, o atributo Dedicação possui a maior relevância (Coeficientes de 28,41), assim quanto maior for a dedicação destas Instituições com os usuários de seus serviços, mais bem vistas elas serão pelas pessoas que tem necessidade de serem assistidas de forma voluntária.

Tabela 11 – Estatística de Regressão Múltipla - Final

Tabela 11 – Estatística de Regressão Múltipla - Final

$$Doação_i = \alpha_1 + \alpha_2 Moradia_i + \alpha_3 Formação_i + \alpha_4 Eventos_i + \alpha_5 Ajuda_i + \alpha_6 Dedicação_i + \alpha_7 Felicidade_i + \varepsilon_i$$

Variáveis	Coeficientes	VIF	Estatística – t	P-value
α_2 Moradia	23,3814	1,09	2,85	0,004 *
α_3 Form Maridos	11,2868	1,11	2,16	0,032 **
α_4 Eventos Ano	-7,1566	1,03	-5,94	0,000 *
α_5 Ajuda	20,0492	1,01	2,23	0,026 **
α_6 Dedicação	29,8261	1,00	4,26	0,000 *
α_7 Felicidade	14,8755	1,01	1,82	0,070 ***
α_1	-212,3525		-3,08	0,002 *
R ² Ajustado				0,0990
Nº Observações				488
Teste F				13,51 *

Fonte: Dados da Pesquisa.

Onde: *, **, *** Estatisticamente significantes ao nível de 1%, 5% e 10% respectivamente.

A Tabela 11 ilustra a junção das variáveis significativas dos dois grupos criados.

Ao observar o modelo final de regressão percebe-se que todas as variáveis continuam estatisticamente significantes ao mesmo nível das regressões anteriores. Logo as interpretações anteriores permanecem inalteradas. Nos testes elaborados separadamente as variáveis moradia (25,73), formação (16,51), eventos (-7,88), ajuda (20,57), dedicação (28,41), felicidade (16,42) se mostraram assim relevantes, no teste feito em conjunto estas mesmas variáveis continuaram se mostrando

relevantes, moradia (23,38), formação (11,28), eventos (-7,15), ajuda (20,04), dedicação (29,84) e felicidade (14,87).

Capítulo 5

5 CONCLUSÃO

Nas últimas duas décadas, as Instituições denominadas Terceiro Setor têm sido objeto de várias pesquisas devido a sua importância para as comunidades onde estão estabelecidas, importância desde o nível econômico-social e também no atendimento a serviços essenciais onde o Estado muitas vezes não se faz presente. A pesquisa procurou identificar quais seriam as variáveis que seriam relevantes no momento de uma pessoa fazer suas doações e qual seria seu valor para as Instituições. Para isso, foram elaboradas entrevistas com famílias que utilizam os serviços das APAE's em três diferentes municípios, a fim de identificar e entender o comportamento desses doadores.

Foram testadas diversas variáveis no período das entrevistas. Porém, após a apuração dos dados, por meio da regressão múltipla, seis foram as variáveis que apresentaram maior relevância nas doações: Moradia, Formação dos maridos, Eventos, Ajuda, Dedicção e Felicidade. Essas variáveis foram preponderantes para as doações, continuidade e sucesso destas Instituições. Variáveis como Renda, Município onde mora, idade, número de filhos, Alegria, Carinho, Amor, Sentimento, Informação, Compromisso, Bom trabalho, Amizade, Família, Confiança, Apoio, Religião, Compreensão, União, Paz, Sinceridade, Fidelidade e Bons profissionais não se mostraram relevantes na hora da doação. Embora os serviços destas Instituições sejam prestados de forma voluntária, os usuários que se sentem bem atendidos não medem esforços na hora de contribuir para a continuidade da Instituição. A presente pesquisa mostra que o comportamento do doador não consiste em classe social, porém na satisfação ao atendimento.

Com base nos resultados obtidos, espera-se ter dado mais um passo para futuras pesquisas, considerando a percepção dos doadores. Como contribuição para futuros trabalhos, fica o desenvolvimento de uma pesquisa adaptada à população de doadores para as Instituições denominadas Terceiro Setor. Esta pesquisa pode ser aplicada em APAE's de outros Municípios, outras ONG'S que também possam evidenciar novos atributos, e que possam colaborar com novos resultados, contribuindo no aprimoramento desta metodologia e da teoria sobre o assunto. Uma nova pesquisa poderia ser realizada observando as ações desenvolvidas pelas APAE's para serem vistas e aceitas com tanta relevância pelos seus usuários e pelas comunidades de uma forma geral.

Para finalizar, espera-se que o resultado desta pesquisa possa contribuir para que as APAE's continuem desenvolvendo seus trabalhos sem fins lucrativos, atendendo de forma imparcial as pessoas que necessitam de seus serviços, podendo, assim, diminuir as diferenças sociais existentes e promover o bem estar social.

REFERÊNCIAS

APAE's **Associação de Pais e Amigos dos Exepcionais**, Cariacica, serra e Vila Velha.

BADDINI, S. **Manager of business development**. São Paulo área, Brasil 2004.

BERRY. L. **A Conceptual Model of Service quality**, and its implications for future research, Journal of Marketing. Vol. 49, p. 41-50, 1985.

BEYER. J.M. **The selective Perception Of Managers Revisited**, VOL. 40, Nº 3 (Jun., 1997), pp. 716-737. Ed. Academy of Management, 1997.

BORGER. F. G. **Revista Trevisan**, 2001, nº 163, ano XV Estados Unidos. São Paulo. Editora Senac, 2001.

CAMARGO, M.F. **Gestão do Terceiro Setor no Brasil**. São Paulo Futura, 2001.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. **Coleção Saraiva de Legislação**. Ed. Saraiva, 1988.

CARCANHOLO. M.D. *et al* (orgs). **A quem Pertence o Amanhã?** Neoliberalismo. São Paulo. Edições Loyola, 1997.

CARDOSO, R. **Fortalecimento da Sociedade Civil**. 2. Ed. São Paulo. Gife, 2000.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia**. Ed. Ática, São Paulo, 2000.

COELHO. S.C.T. **Terceiro Setor**. 2. Ed. Um Estudo Comparativo entre Brasil e Estados Unidos. 2. Ed. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2000.

CORULLOÓN. M.B.G. **Voluntariado na Empresa**. Gestão Eficiente da Participação Cidadã. São Paulo. Editora Peirópolis, 2002.

COSTA F.M. CALDEIRA DARÉ P.R. VELOSO A. R. **Do Comportamento do Consumidor ao Comportamento do Doador: Adaptando Conceitos de Marketing**. Brazilian Business Rewiev Vol. 1 Nº 1 pp. 45-62, 2004.

COSTA. F.J. **A Influência do Valor Percebido pelo Cliente sobre os Comportamentos de Reclamação de Boca em Boca**: uma investigação em cursos de pós-graduação de lato sensu. Tese (Doutorado em Administração de Empresa). Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2007.

CRESWELL. J. W. **Métodos qualitativos, quantitativos e misto**. 2. Ed. Porto Alegre. Artmed, 2007.

CRONBACH. L.J. **Coefficient Alfa and the internal structure of teste**. Psychometrika, 1951.

CRONIN, J.R. **Assessing the Effects of Quality**, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environment. *Journal of Retailing*, Vol. 76 nº 2, p. 193-218, 2000.

DOMIGUES, S. V. **O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes**. Mestrado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2000.

DOWBER, L. **A Reprodução Social**. Proposta para uma Gestão Descentralizada. Petrópolis. Rio de Janeiro. Vozes, 1997.

DRUCKER, P. F. **Terceiro Setor Exercício de Auto-Avaliação para Empresas/The Peter f. Drucker Foundation**. Tradução Cynthia Azevedo. São Paulo. Futura, 2001.

DURAN, G. **A imaginação simbólica**. São Paulo. Cultrix, 1988.

EKMAN, P. **The nature of emotion**. Fundamental questions, Oxford University press, 1988

FERNANDES, R.C. **Privado, Porém Público – O Terceiro Setor na América Latina**. 2º Ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

_____. R. C. **O que é o Terceiro Setor? Setor Desenvolvimento Social Sustentado**. Rio de Janeiro. Peirópolis, 2000.

FERREIRA *et. al.* **Motivação no Terceiro Setor: A Percepção dos Voluntários e Colaboradores**. Universidade Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2006.

FRANCO, A. **Organização da Sociedade de Interesse Público**. Alternativa para o Terceiro Setor. Brasília. Comunidade Solidária, 2000.

GADE, C. **Psicologia do Comportamento do Consumidor e da Propaganda**. São Paulo. Pedagógica Universitária Ltda, 1996.

GODOY, A. **A Arte de controlar reações e ser uma pessoa eficaz**. São Paulo. Virtual Book. Vivali Editora, 2006.

GONÇALVES, M.A. **A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho: fatores de sucesso**. São Paulo, Áurea Editora, 2006.

HAIR, J.F. Et. al, **Análise Multivariada de Dados**, 5ª ed. Bookman, Porto Alegre. RS, 2005.

HALISKI, P.R. LARA. L.F. **Clima Organizacional: O Caso da Associação de Pais e Amigos dos Exepcionais (APAE) – Prudentópolis**. PR Unicentro, 2006.

IBGE. **Pesquisa realizada para instituições sem fins lucrativos**. Rio de Janeiro e São Paulo, 2002 – 2004.

IPEA. **Pesquisa realizada para instituições sem fins lucrativos**. Rio de Janeiro e São Paulo, 2002 – 2004.

KHALIFA. A.S. **Costumer Value: a review of recent literature and integrative configuration.** Management Decision. Vol. 42. nº 5. p. 645-666, 2004.

KISIL, M. **Terceiro Setor Desenvolvimento Social Sustentado.** São Paulo. Editora Paz e Terra S.A, 2000.

KOTLER. P. **Administração de Marketing.** 10. Ed. São Paulo. Prentice Hall, 1998.

LEISTER. D.V. **Organizational Self-Perception and Enviromental Image Measurement,** Vol. 18, nº 2 (Jun., 1975), pp. 205-223+357. Ed. Academy of Management, 1975

MASLOW, A. H. **Motivation and Personality,** Nova York, Haper and Row, 1954.

MINAYO. M.C.C. **O Desafio do Conhecimento.** 2.Ed. São Paulo. Hucitec / Abrasco, 1993.

MINTZBERG, H. **Managing government – governing management,** In: **Havard Business Review,** may-june, pp. 75-83, 1996.

NETO. F.P. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial do Terceiro Setor.** Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, 2001.

OFFE. C. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial do Terceiro Setor.** Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, 1999.

PAES, J. E. S. **Fundações e Entidades de Interesse Social.** Brasília. Editora Brasília, 2001.

RIBAS, J.B.C. **O que são pessoas deficiente.** Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 2007.

RITS disponível em www.rits.org.br. Acessado em 15 de setembro de 2006.

RODRIGUES. M.L.P. **Demandas Sociais Versus crise de financiamento:** o papel do Terceiro Setor no Brasil – Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. N. 32 set/out, – 1998.

SALAMON. L. **Estratégia para Fortalecimento do Terceiro Setor.** São Paulo. Editora Paz e Terra S.A. 1998.

_____. **L. Terceiro Setor Desenvolvimento Social Sustentado.** São Paulo. Editora Paz e Terra S.A. 2000.

SCHULER. M. **Management of the Organizational Image: A method for Oragnizational Image Configuration,** in **Corporate Reputation Review,** VOL. 7, P. 37-53, 2004.

SILVA. E.M. et. AL. **Estatística para os Cursos de Economia Administração e Ciências Contábeis.** São Paulo. Atlas. 3. Ed. 1999.

SILVER, N. **At the heart.** The new volunteer challenges to community agencies. San Francisco. USA : The San Francisco Foundation, 1998.

TANAKA, E.D.O.; MANZINI, E.J.O. **O que os empregadores pensam sobre o trabalho da pessoa com deficiência.** Revista brasileira de educação especial, v. 11, n. 2, 2005

TENÓRIO, F. **Gestão de ONGs.** Principais Funções Gerenciais. Rio de Janeiro. Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2001.

TAMOYO, M.R. TRÓCCOLI B.T. **Exaustão emocional: relações com a percepção de suporte organizacional e com as estratégias de coping no trabalho.** Departamento de Psicologia Social e do Trabalho. Universidade de Brasília. DF 2002.

WALSH, J.P. **Selectivity and Selective Perception : An Investigation Of Managers Belief Structures And Information Processing.** Ed. Academy of Management. Vol. 31, nº 4 (dec. 1988), pp. 873-896, 1988.

WEBER, E.U. HSEE. C. **Cross-Cultural Diferences in Risk Perception, but Cross-Cultural Similarities in Attitudes Towards Perceived Risk.** Institute for Operations Research and the Management Science, vol. 44, n. 9 (sep., 1998).

WOODRUFF, R. **Customer Value: the next source for competitive advantage.** Journal of the academy of Marketing Science. Greenvale, 1997.

ZEITHAML, V.A. **Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: a means-end model and synthesis of evidence.** Journal of Marketing. Vol. 52, p. 2-22, july, 1998.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO APLICADO PARA OS 244 PAIS E AS 244 MÃES QUE TEM SEUS FILHOS ASSISTIDOS PELAS APAES DE CARIACICA, SERRA E VILA VELHA.

NOME: -----

IDADE?

R=

MORADIA PRÓPRIA?

SIM () NÃO ()

BAIRRO:- ----- MUNICÍPIO: -----

FORMAÇÃO DO MARIDO?

SUPERIOR () MÉDIO () FUNDAMENTAL ()

FORMAÇÃO DA ESPOSA?

SUPERIOR () MÉDIO () FUNDAMENTAL ()

QUAL SUA RENDA?

R=

NÚMERO DE FILHOS: -----

ESTUDAM?

QUANTOS ESTUDAM SOMENTE NA APAE -----

QUANTOS ESTUDAM NA APAE E EM OUTRA ESCOLA PÚBLICA -----

QUANTOS ESTUDAM NA APAE E EM OUTRA ESCOLA PRIVADA -----

QUANTOS ESTUDAM SOMENTE EM ESCOLA PÚBLICA -----

QUANTOS ESTUDAM SOMENTE EM ESCOLA PRIVADA -----

VOCÊ CONTRIBUI FINANCEIRAMENTE COM A APAE?

SIM () NÃO ()

SE A RESPOSTA FOR SIM, QUAL O VALOR MENSAL?

R=

VOCÊ PARTICIPA DOS EVENTOS ELABORADOS PELA APAE COM A FINALIDADE DE ANGARIAR RECURSOS PARA A INSTITUIÇÃO?

SIM () NÃO ()

SE A RESPOSTA FOR SIM, QUANTAS VEZES AO ANO?

R=

VOCÊ ELABORA EVENTOS PARA A APAE COM A FINALIDADE DE ANGARIAR RECURSOS PARA A ENTIDADE?

SIM () NÃO ()

SE A RESPOSTA FOR SIM, QUANTAS VEZES AO ANO?

R=

COM RELAÇÃO SUA PERCEPÇÃO PELA APAE DE SUA NOTA AOS SEGUINTE ATRIBUTOS:

AJUDA: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

CARINHO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

AMOR: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

DEDICAÇÃO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

SENTIMENTO AO PRÓXIMO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 ()
NOTA 5 ()

INFORMAÇÃO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

COMPROMISSO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

BOM TRABALHO/ATENDIMENTO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

AMIZADE: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

FAMÍLIA: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

CONFIANÇA: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

APOIO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

RELIGIÃO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

COMPREENSÃO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

UNIÃO: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

ALEGRIA: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

PAZ: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

SINCERIDADE: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

FELICIDADE: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

FIDELIDADE: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

BONS PROFISSIONAIS: NOTA 1 () NOTA 2 () NOTA 3 () NOTA 4 () NOTA 5 ()

QUADRO CONTENDO AS VARIÁVEIS PARA ELABORAÇÃO DO TESTE DO ALFA DE CRONBACH.

Scale: ALL VARIABLES

Output Created		07-Set-2011 10h6min52s
Comments		
Input	Data	G:\Diretório\Trabalho Loss\BD Loss SPSS.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	488
	File	
	Matrix Input	G:\Diretório\Trabalho Loss\BD Loss SPSS.sav
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=AJUDA CARINHO AMOR DEDICAÇÃO SENTIMENTO AOPRÓXIMO INFORMAÇÃO COMPROMISSO BOMTRABALHOATENDIMENTO AMIZADE FAMÍLIA CONFIANÇA APOIO RELIGIÃO COMPREENSÃO UNIÃO ALEGRIA PAZ SINCERIDADE FELICIDADE FIDELIDADE BONSPROFISSIONAIS /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,000
	Elapsed Time	00:00:00,031

Quadro com todas as variáveis para elaboração do teste de Alfa de Cronbach