

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

As Ciências Humanas e Sociais Aplicadas e a Competência no Desenvolvimento Humano 4



Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

As Ciências Humanas e Sociais Aplicadas e
a Competência no Desenvolvimento Humano
4

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Natália Sandrini
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C569	As ciências humanas e sociais aplicadas e a competência no desenvolvimento humano 4 [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (As ciências Humanas e Sociais Aplicadas e a Competência no Desenvolvimento Humano; v. 4) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-516-7 DOI 10.22533/at.ed.167190607 1. Antropologia. 2. Pluralismo cultural. 3. Sociologia. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco. CDD 301
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A Atena editora apresenta o e-book “Ciências Humanas e Sociais Aplicadas: Competências no Desenvolvimento Humano”.

São ao todo noventa e três artigos dispostos em quatro volumes e dez seções.

No volume 1 apresentam-se artigos relacionados as temáticas *Estado e Democracia; Gênero: desigualdade e violência; Identidade e Cultura e Perspectivas teóricas e produção de conhecimento*. As seções descritas possibilitam o acesso a artigos que introduzem o tema central do e-book, através de pesquisas que abordam a formação social brasileira e como é possível identificar os reflexos desta na constituição do Estado, nos espaços de participação social, nas relações de gênero e constituição da identidade e cultura da população.

O volume 2 está organizado em três seções que apresentam relação e continuidade com o primeiro volume, em que são apresentadas pesquisas que trazem como objeto de estudo as políticas de saúde, de educação e de justiça e a relação destas com a perspectiva de cidadania.

Território e desenvolvimento regional: relações com as questões ambientais e culturais, é a seção que apresenta os artigos do volume 3 do e-book. São ao todo 18 artigos que possibilitam ao leitor o acesso a pesquisas realizadas em diferentes regiões do país e que apontam para a relação e especificidades existentes entre território, questões econômicas, estratégias de organização e meio ambiente e como estas acabam por interferir e definir nas questões culturais e desenvolvimento regional. São pesquisas que contribuem para o reconhecimento e democratização do acesso à riqueza da diversidade existente nas diversas regiões do Brasil.

Para finalizar, o volume 4 apresenta 23 artigos. Nestes, os autores elaboram pesquisas relacionadas a questão econômica, e como, as decisões tomadas neste campo refletem na produção de riqueza e nas possibilidades de acesso ao trabalho e renda. As pesquisas apontam também para estratégias identificadas a exemplo da organização de cooperativas, empreendedorismo, uso da tecnologia e a importância das políticas públicas.

As pesquisas apresentadas através dos artigos são de extrema relevância para as Ciências Humanas e para as Ciências Sociais Aplicadas, e contribuem para uma análise mais crítica e fundamentada dos processos formativos e das relações estabelecidas na atual forma de organização social, econômica e política.

Desejamos boa leitura a todos e a todas!!

Luciana Pavowski Franco Silvestre

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
PATRIMÔNIO DE AFETAÇÃO: ANÁLISE DOS IMPACTOS TRIBUTÁRIOS DA SUA ADOÇÃO EM INCORPORAÇÕES IMOBILIÁRIAS	
Alexandre César Batista da Silva Francivaldo dos Santos Albuquerque Maria do Socorro Coelho Bezerra Luiz Carlos Miranda	
DOI 10.22533/at.ed.1671906071	
CAPÍTULO 2	19
PERFIL DAS EXPORTAÇÕES PARANENSES DO COMPLEXO DE SOJA	
Jefferson Steve Canteno Torres	
DOI 10.22533/at.ed.1671906072	
CAPÍTULO 3	29
UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA <i>REQUEST FOR PROPOSAL</i> (RFP) NAS VENDAS DE UM HOTEL DE NEGÓCIOS	
Francivaldo dos Santos Albuquerque Maria do Socorro Coelho Bezerra Alexandre César Batista da Silva Giulia Cipolla Braulio Jeronymo José Libonati	
DOI 10.22533/at.ed.1671906073	
CAPÍTULO 4	44
IMPLEMENTAÇÃO DO PLANEJAMENTO E CONTROLE DA PRODUÇÃO COM SUPORTE DE UM <i>SOFTWARE</i> DE GESTÃO EM UMA EMPRESA DO AGRONEGÓCIO	
Sirnei César Kach Juliano Hammes Daiane Hammes	
DOI 10.22533/at.ed.1671906074	
CAPÍTULO 5	57
A BARGANHA ENQUANTO DISCURSO: UM ESTUDO DO POSICIONAMENTO DOS BANQUEIROS SOBRE POLÍTICA MONETÁRIA.	
Rodolfo Palazzo Dias	
DOI 10.22533/at.ed.1671906075	
CAPÍTULO 6	73
A LEI 13.467/17, SUA (IN)ADEQUAÇÃO ÀS CONVENÇÕES DA ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO E CONSEQUENTE PREJUÍZO À AÇÃO SINDICAL	
Rodrigo Rocha Gomes de Loiola Francisco José Rocha Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.1671906076	

CAPÍTULO 7	80
ACUMULAÇÃO POR ESPOLIAÇÃO, MINERAÇÃO E VIOLÊNCIA NA COLÔMBIA, NO NEOLIBERALISMO	
Mercedes Castillo de Herrera	
Nubia Yaneth Ruiz	
DOI 10.22533/at.ed.1671906077	
CAPÍTULO 8	93
ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL) DO TURISMO: POTENCIALIDADES E LIMITES NA COSTA DO DESCOBRIMENTO	
Maiara Conceição Castro	
DOI 10.22533/at.ed.1671906078	
CAPÍTULO 9	105
APROPRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE RENDA: ALTERNATIVA DE DESENVOLVIMENTO NO MUNICÍPIO DE GUATAMBU-SC	
Luiz Victor Pittella Siqueira	
Maristela Parise de Lima	
Julie Rossato Fagundes	
DOI 10.22533/at.ed.1671906079	
CAPÍTULO 10	124
INSERÇÃO DE EGRESSOS DA PRISÃO NO MERCADO DE TRABALHO	
Roseni Inês Marconato Pinto	
Lenir Aparecida Mainardes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.16719060710	
CAPÍTULO 11	136
EMPREENDEDORISMO FAMILIAR: COMO ESSE MODELO DE GESTÃO PODE AFETAR A EMPRESA	
Suzana Siebra Alves Campos	
Piedley Macedo Saraiva	
Evelinny Soares Batista	
DOI 10.22533/at.ed.16719060711	
CAPÍTULO 12	149
EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DE MANHUAÇU-MG	
Lílian Beatriz Ferreira Longo	
Henrique da Silva Pinel	
Reginaldo Adriano de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
José Carlos de Souza	
Anandy Kassis de Faria Alvim Hannas	
DOI 10.22533/at.ed.16719060712	
CAPÍTULO 13	166
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO SOBRE FIDELIZAÇÃO COM MARCAS DE CAFÉ NA CIDADE DE MILAGRES-CE	
Rangiel Santos Bento Silva	
Márcia Maria Leite Lima	
DOI 10.22533/at.ed.16719060713	

CAPÍTULO 14	183
GESTÃO DA DIVERSIDADE OU AÇÃO AFIRMATIVA? UM ESTUDO SOBRE O GERENCIAMENTO DA DIVERSIDADE ORGANIZACIONAL EM MANHUAÇU/MG	
Luan Patrick Reis Serafim Leite Lilian Beatriz Ferreira Longo	
DOI 10.22533/at.ed.16719060714	
CAPÍTULO 15	197
MOTIVAÇÃO E RECOMPENSAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM BASE NAS TEORIAS DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES E DA EXPECTATIVA	
Larissa Carvalho Alves Adriano Victor Lopes da Silva Erika Maria Jamir de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.16719060715	
CAPÍTULO 16	209
O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA COOPERATIVA COM ATUAÇÃO NA REGIÃO DE FRONTEIRA E A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO DOS ASSOCIADOS: O CASO DA COTRIROSA	
Pedro Luís Büttgenbender Jaqueline Ledir De Conti Ariosto Sparemberger Giovana Fernandes Writzl Luciano Zamberlan	
DOI 10.22533/at.ed.16719060716	
CAPÍTULO 17	224
PESQUISA DE CAMPO PARA AVALIAR OS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS COM A IMPLANTAÇÃO DA FERROVIA NORTE SUL E A PLATAFORMA MULTIMODAL EM SANTA HELENA DE GOIÁS, 2016	
Estéverson Oliveira Lima Luis Carlos Ferreira Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.16719060717	
CAPÍTULO 18	231
PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS NO BAIXO AMAZONAS: UMA POLÍTICA DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA COM ÊNFASE NOS BENEFICIÁRIOS, PRODUTOS E RENDA	
Elzamili Lima Brito Márcio Júnior Benassuly Barros Raoni Fernandes Azerêdo	
DOI 10.22533/at.ed.16719060718	
CAPÍTULO 19	243
REFLEXOS DO CENÁRIO ECONÔMICO - FINANCEIRO NO PATRIMÔNIO DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL A LUZ DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	
Mayure Cristina de Souza Oliveira Sabrina Pereira Uliana Pianzola Silvana Cristina dos Santos Monica de Oliveira Costa Farana de Oliveira Mariano	
DOI 10.22533/at.ed.16719060719	

CAPÍTULO 20	267
A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO PERFIL DE CONSUMO DA GERAÇÃO Y	
Piedley Macedo Saraiva	
Thallita Pâmela Pinho de Oliveira	
Julio Miguel Souza de Brito	
DOI 10.22533/at.ed.16719060720	
CAPÍTULO 21	279
A INFLUÊNCIA DO MARKETING SENSORIAL NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	
Gisele Sebastiana da Silva	
Reginaldo Adriano de Souza	
José Carlos de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
Anandy Kassis de Faria Alvim-Hannas	
DOI 10.22533/at.ed.16719060721	
CAPÍTULO 22	293
MARKETING DIGITAL: A UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO UM CANAL DE COMUNICAÇÃO NO VAREJO DE MODA DE BARBALHA-CE	
Piedley Macedo Saraiva	
Andre Luis Sant'Anna	
DOI 10.22533/at.ed.16719060722	
CAPÍTULO 23	310
O USO DA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO PARA OS PRODUTOS TURÍSTICOS	
Milena Beatriz Silva Loubach	
Pollylian Assis Madeira	
Marcos Antônio Pereira Coelho	
Lucas Borcard Cancela	
DOI 10.22533/at.ed.16719060723	
SOBRE A ORGANIZADORA	323
ÍNDICE REMISSIVO	324

MOTIVAÇÃO E RECOMPENSAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM BASE NAS TEORIAS DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES E DA EXPECTATIVA

Larissa Carvalho Alves

Faculdade de Ciências Aplicadas e Sociais de
Petrolina – FACAPE

Petrolina - Pernambuco

Adriano Victor Lopes da Silva

Universidade Federal do Vale do São Francisco -
UNIVASF

Petrolina - Pernambuco

Erika Maria Jamir de Oliveira

Universidade Estadual do Piauí - UESPI
Uruçuí - Piauí

financeiras e não financeiras, bem como que a escolha do tipo de recompensa independe do nível hierárquico.

PALAVRAS-CHAVE: Motivação, Recompensas, Teoria da hierarquia de necessidades, Teoria da Expectativa.

MOTIVATION AND REWARDS: AN INVESTIGATION BASED ON THE THEORIES OF THE HIERARCHY OF NEEDS AND EXPECTATION

RESUMO: Este estudo objetivou identificar o tipo de recompensa que mais motiva o colaborador na Unimed Vale do São Francisco-Operadora, e se essa preferência independe do nível hierárquico a qual o colaborador está situado. A pesquisa possui caráter descritivo e critério misto, qualitativo e quantitativo. A técnica foi o estudo de caso, e a amostra foi a aleatória simples, composta por 55 colaboradores dos níveis tático e operacional, os participantes foram sorteados no software R 3.3.0. Os dados foram coletados por meio de entrevista, instrumentalizado por um formulário. Para verificação da independência ou associação entre a recompensa e o nível hierárquico foi utilizado o teste não paramétrico Qui-quadrado. Constatou-se que os colaboradores desejam ser estimulados através de recompensas

ABSTRACT: This study aimed to identify the type of reward that motivates the most the employee of the Unimed Vale do São Francisco – Operadora, and if this preference does not depend on the hierarchical level in which the employee is located. The research has descriptive character and mixed, qualitative and quantitative criteria. The technique was the case study, and simple random was the sample used, composed by 55 employees from the tactical and operational levels, the participants were drawn in the R 3.3.0. The data has been collected through an interview, by means of a form. In order to check the independence or the association between the reward and the hierarchical level the non-parametric chi-square test was used. It was verified that the employees want to be stimulated through financial and

non financial rewards, as well as the choice of the reward type is independent to the hierarchical level.

KEYWORDS: Motivation. Financial reward. Non-financial reward.

1 | INTRODUÇÃO

Em um mundo competitivo e com consumidores cada vez mais exigentes, as empresas delineam estratégias para atrair, satisfazer e fidelizar o cliente, com o intuito de manter-se e expandir-se no mercado. Nesse sentido, é relevante perceber que para atender e superar os anseios dos clientes externos, será necessário satisfazer primeiro os seus clientes internos: os funcionários.

Para isso, o gestor pode fazer uso das teorias sobre a motivação humana, conhecer o papel de cada colaborador, para que sejam designadas atribuições e recompensas eficazes. Nesta pesquisa, levou-se em consideração a possibilidade de que colaboradores em níveis hierárquicos diferentes, pudessem ter necessidades, desejos e valores também diferentes.

A motivação pode ser definida como uma influência de forças interiores do indivíduo, responsável por determinar o caminho que será seguido para alcançar o propósito estabelecido e o nível da perseverança diante das dificuldades (JONES; GEORGE, 2008). Segundo Robbins; Judge; Sobral (2010) faz-se necessário considerar três elementos: intensidade, direção e persistência.

Foi na década de 1950, que os estudos relacionados à motivação ganharam força, surgindo assim, as Teorias Clássicas sobre motivação humana, no qual os estudos caracterizavam-se pela determinação das formas de motivar o colaborador em uma organização. Porém, com o decorrer do tempo constatou-se a necessidade de pesquisas mais detalhadas, surgindo as Teorias Contemporâneas (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010). Para este estudo, foi utilizada a Teoria Clássica da Hierarquia das Necessidades e a Teoria Contemporânea da Expectativa, com o intuito de verificar as semelhanças e diferenças na maneira de abordar a motivação do colaborador, entre as teorias de períodos distintos.

A teoria da Hierarquia das Necessidades determina que a motivação das pessoas está ligada primeiramente as necessidades externas (fisiológica e segurança), e posteriormente, as internas (social, estima e autorrealização), como pode ser observado na Figura 1.



Figura 1- Hierarquia das Necessidades de Maslow.

A segunda teoria utilizada neste estudo foi a Teoria da Expectativa. Seguindo os preceitos de Jones e George (2008) esta teoria é uma das mais vinculadas ao ambiente de trabalho, em que evidencia três fatores: força de trabalho, desempenho e consequência, em que estabelecem a motivação do colaborador através de: o efeito de perceber de um funcionário as condições do desempenho (expectativa), a percepção que o desempenho está relacionado com as retribuições almejadas (instrumentalidade) e as escolhas das recompensas (valência).

Conforme Robbins, Judge e Sobral (2010) a teoria da expectativa possui três etapas, no qual o colaborador para alcançar os objetivos será essencial ter o conhecimento que, se o mesmo se esforçar para a realização das atividades profissionais terá o desempenho reconhecido. Posteriormente, confiar que o desempenho trará uma boa recompensa e por fim, que esta recompensa seja de interesse próprio (metas pessoais), isto é, que a recompensa recebida supra as necessidades naquele momento, como pode ser visto na Figura 2. Por exemplo, uma determinada organização desenvolve uma política de redução de papéis e proporciona uma recompensa para motivar os funcionários reduzirem o uso do material, nesse caso, o desempenho dos funcionários dependerá do tipo de recompensa oferecida pela organização, e se esta recompensa atenderá efetivamente as necessidades deles.

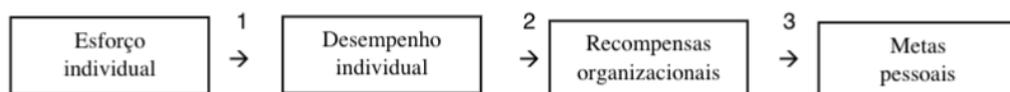


Figura 2 – Relação das três etapas da Teoria da Expectativa.

1 – Relação esforço – desempenho;

2 – Relação desempenho – recompensa;

3 – Relação recompensas – metas.

Segundo Alberto (2008) a remuneração é um componente que influencia na motivação dos indivíduos. Porém, quando não são isolados de outros fatores como: reconhecimento, autonomia, ambiente de trabalho, remuneração, flexibilidade no horário de trabalho.

De acordo com a abordagem clássica, utilizava-se somente salários fixos, aplicando-se, exclusivamente, o tipo de remuneração funcional. Por sua vez, contemporaneamente, entende-se que os indivíduos podem ser motivados por outros tipos de recompensa, por isso as organizações podem atribuir várias formas de remunerar os colaboradores, como pode ser visto no Quadro 1.

Recompensas monetárias	Recompensas não monetárias
Salário	Qualidade de vida no trabalho
Prêmios	Crescimento pessoal
Benefícios	Reconhecimento
Férias	Autorrealização
13º salário	Flexibilidade no horário de trabalho

Quadro 1 – Distinção dos tipos de Recompensa.

No estudo realizado por Oliveira e Lara (2012) foi identificado que mesmo a organização adotando diferentes tipos de remuneração, menos da metade de funcionários responderam estar satisfeitos. Outro ponto abordado na pesquisa, foi analisar se os colaboradores desejariam receber outro tipo de remuneração, a resposta sim, foi quase unânime.

Nesse sentido, a remuneração quando é planejada e introduzida de maneira adequada, pode influenciar o desempenho, a motivação e no rendimento das pessoas e equipes na realização das atividades profissionais. Por isso, o tipo de remuneração escolhido pela empresa deve visar o alcance dos objetivos estabelecidos.

Diante do exposto, qual será o tipo de recompensa que mais motiva e estimula o colaborador a desempenhar e executar as atividades profissionais no ambiente de trabalho? Há relação entre o tipo de recompensa e o nível hierárquico?

O objetivo deste artigo foi investigar qual o tipo de recompensa que mais estimula e motiva os colaboradores no ambiente de trabalho e analisar se o tipo de recompensa independe do nível hierárquico. Avaliado através do estudo de caso aplicado na organização Unimed Vale do São Francisco - Operadora.

2 | METODOLOGIA

Para o alcance dos objetivos deste estudo, utilizou o tipo de pesquisa descritiva, e a técnica foi o estudo de caso. Segundo Bertucci (2012) a pesquisa descritiva relata e averigua o desenvolvimento do comportamento humano nas organizações através de diversas variáveis.

A unidade de análise foi a Cooperativa Unimed Vale do São Francisco-Operadora, localizada na cidade de Petrolina- PE, a organização está no mercado há 25 anos. Tem como atividade fim as questões administrativas da organização, possuindo no total 130 funcionários, subdividindo em quatro departamentos: Gestão de Pessoas, Controladoria, Administrativo e Comercial. Os participantes da pesquisa encontram-se nos níveis hierárquicos tático e operacional. Eles foram escolhidos a partir de uma amostra aleatória, determinados pelo *software* livre R versão 3.3.0, em que a quantidade estabelecida foi adquirida através da fórmula:

$$n = \frac{N \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2}{\hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2 + (N - 1) \cdot E^2}$$

Onde:

n = Número de indivíduos na amostra;

Z $\alpha/2$ = Valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado;

p = Proporção populacional de indivíduos que pertence a categoria que estamos interessados em estudar;

q = Proporção populacional de indivíduos que não pertence à categoria que estamos interessados em estudar (q = 1 - p);

E = Margem de erro ou erro máximo de estimativa. Identifica a diferença máxima entre a proporção amostral e a verdadeira proporção populacional (p).

Segundo Bruni (2011) a amostra aleatória simples é a forma de calcular a parte da população a ser realizado o estudo, em que os indivíduos possuem a mesma probabilidade de serem escolhidos. O tamanho da amostra foi de 55 colaboradores, contudo, foram sorteados 65 para que fossem substituídos caso ocorresse algum imprevisto no momento da pesquisa.

O instrumento de coleta de dados utilizado para a realização da pesquisa foi um formulário. Seguindo os preceitos de Marconi e Lakatos (2010) o formulário é desenvolvido através de perguntas executadas pelo entrevistador e preenchidas pelo mesmo através das afirmações recebidas pelo entrevistado. Neste formulário, havia somente duas alternativas para cada questão, com o objetivo de atribuir a mesma probabilidade para cada opção. Para verificar estatisticamente se havia diferença significativa entre o tipo de recompensa escolhido por todos os participantes, foi utilizado o teste não paramétrico do qui- quadrado, através do *software* BioEstat 5.0. De acordo com Bruni (2011) o teste qui- quadrado explora a eventualidade nula para não surgir discordância entre as alternativas abordadas.

Em seguida, para alcançar o segundo objetivo, se a recompensa depende do

nível hierárquico, também utilizou-se o teste não paramétrico do qui-quadrado no BioEstat 5.0.

As dimensões da pesquisa foram conduzidas com o objetivo de analisar qual das recompensas é mais relevante na motivação e satisfação para os colaboradores no ambiente de trabalho. Para isso, foram analisadas características individuais (sexo, idade, grau de escolaridade, cargo, nível hierárquico), como também, as variáveis recompensas monetárias e recompensas não monetárias.

Os critérios utilizados na análise de dados foi aplicado de forma mista, isto é, o método quantitativo e o método qualitativo. A análise dos resultados tiveram como base a teoria da hierarquia das necessidades e a teoria da expectativa.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram da pesquisa 55 colaboradores, no qual a idade mínima dos entrevistados foi de 19 anos e máxima de 57 anos. A média das idades dos funcionários foi de 32 anos e 9 meses, como mostra a Tabela 1.

Em relação ao tempo em que os funcionários trabalham na empresa, o tempo mínimo foi de 2 meses e o máximo de 20 anos, considerando que a organização está há 25 anos no mercado, constata-se que existem colaboradores que estão na empresa desde os primeiros anos. Como pode ser visto na Tabela 1, o coeficiente de variação do tempo de empresa, é significativo.

Variáveis	Mínimo	Mediana	Máximo	Média	Desvio padrão	Coeficiente de Variação
Idade	19 anos	31 anos	57 anos	32 anos e 9 meses	9 anos e 6 meses	28,97%
Tempo de Empresa	2 meses	2 anos e 6 meses	20 anos	4 anos e 6 meses	5 anos e 1 mês	113,14%

Tabela 1 – Variáveis dos participantes da pesquisa.

A primeira questão explorou qual das recompensas levaria a motivar o colaborador no ambiente de trabalho, 23 escolheram a opção relacionada à recompensa financeira, salário, benefícios, entre outros, e 32 escolheram a recompensa não financeira (reconhecimento, crescimento pessoal), de acordo com a Figura 3. Este resultado pode ter ocorrido porque a Unimed Vale do São Francisco é uma organização que reconhece os funcionários dando a eles oportunidades de ascensão profissional, além de investir no crescimento pessoal. Ou seja, estes podem ser o conjunto de valores compartilhados pelos seus membros.

Considerando a Teoria da Hierarquia das Necessidades e a escolha do tipo de recompensa que prevaleceu, subentende-se que alguns colaboradores da Unimed podem estar em um dos níveis mais alto da pirâmide. Em relação a Teoria

da Expectativa, o gestor deve considerar a preferência do colaborador, pois, o funcionário poderá se esforçar mais se a organização investir em recompensas que estejam alinhadas com seu objetivo pessoal. No caso da organização analisada, para satisfazer o funcionário é adequado que a organização invista ainda mais no “reconhecimento” e crescimento pessoal dos seus colaboradores, do que investir em recompensas extrínsecas.

No segundo quesito, foi indagado se o funcionário aceitaria a mudança de cargo, ou seja, o aumento de responsabilidades, além de estender o tempo de trabalho com o objetivo de aumentar o salário, 31 optaram pela recompensa financeira e 24 pela recompensa não financeira, de acordo com a Figura 3.

Sob a perspectiva do estudo Lima, Machado e Estender (2015) o plano de carreira e plano de remuneração para motivação e retenção de talentos, segundo eles o plano de carreira e de remuneração são meios de buscar a motivação do colaborador, pois com o plano de carreira o funcionário poderá ter uma visão mais ampla para o desenvolvimento profissional, além do plano de remuneração, que irá agregar um valor ao salário pelo desempenho individual. Porém, realizando uma analogia com o cenário abordado nesta questão com a teoria da hierarquia das necessidades, pode-se observar que os funcionários estão em hierarquias de necessidades diferentes, alguns preferem os recursos financeiros, outros preferem menos responsabilidade e menos esforço.

Em relação à pergunta que menciona se o colaborador trocaria a empresa em que trabalha atualmente por outra que proporcionaria um salário acima da média do mercado, 18 escolheram a recompensa financeira e 37 a não financeira, conforme mostra a Figura 3. Foi observado que a maioria que optou por a recompensa não financeira, para eles o dinheiro não é o mais relevante, e que preferiam permanecer na empresa atual. De acordo com Silva (2013) baseando-se na teoria da hierarquia das necessidades de Abraham Maslow, os colaboradores que fundamentaram uma resposta para a escolha da recompensa não financeira possivelmente alcançaram a segunda etapa da pirâmide (necessidades de segurança), pois conforme a justificativa foi subentendida que os mesmos sentem-se seguros no emprego atual. Como também, relacionando com a Teoria da Expectativa pode ser observado que as metas pessoais dos funcionários estão associadas com as recompensas não financeiras, isto é para os colaboradores se esforçarem e dar o melhor de si, é preciso que as recompensas organizacionais sejam equivalentes aos interesses dos empregados. Logo, os funcionários preferem a segurança no emprego atual a salário acima da média do mercado.

Quanto à situação que alude se o funcionário substituiria o recebimento da recompensa não financeira pela recompensa financeira, 39 optaram por a recompensa financeira e 16 por a não financeira, segundo a ilustração da Figura 3. Segundo a Teoria da Hierarquia das Necessidades, a escolha da recompensa está relacionada com o nível da hierarquia no qual o indivíduo se encontra, pois, a escolha é para

satisfazer a necessidade ou a carência individualizada.

A respeito da oportunidade de emprego na organização em que o colaborador sempre desejou trabalhar, mas que a vaga disponível seria em um departamento em que o mesmo não possui afinidade, qual seria o principal motivo relacionado às recompensas que levaria o indivíduo a aceitar o ensejo, 18 escolheram a recompensa financeira e 37 a não financeira, como demonstrado na Figura 3. De acordo com o estudo, a motivação humana no trabalho: o desafio da gestão em serviços de saúde pública, realizado pelos autores Lopes e Regis Filho (2004) os fatores que estão associados a motivação/satisfação são as condições de trabalho, a tarefa em si, relações interpessoais, pode-se observar que os dois estudos possuíram o mesmo tipo de recompensa para motivar os funcionários das duas organizações estudadas.

Na investigação de Alberto (2008), observou-se que vários fatores geram a satisfação do colaborador, sendo eles: remuneração, autonomia, reconhecimento, oportunidade de crescimento, ambiente de trabalho, entre outros. Relacionando os resultados das pesquisas exploradas com a Teoria da Hierarquia das Necessidades foi analisado que não há uma recompensa universal para os indivíduos, isto é, o fator que gera a motivação está vinculado com a hierarquia das necessidades de cada pessoa. Seguindo os conceitos da teoria da expectativa, será através das recompensas recebidas que o indivíduo determinará qual a organização irá buscar uma oportunidade de trabalho, como também, buscar o esforço para alcançar um bom desempenho no emprego (SILVA, 2013).

Quanto à participação dos colaboradores na produção de uma política de redução de custos, prevaleceu a escolha da recompensa financeira, no qual 30 funcionários desejariam à financeira e 25 a recompensa não financeira, como é identificado na Figura 3.

Em relação ao quesito que tratou sobre a possibilidade de a empresa presentear o colaborador no dia do aniversário com um tipo de recompensa, 29 funcionários escolheram a recompensa financeira e 26 a não financeira, conforme Figura 3. De acordo com Maximiano (2011) as pessoas são similares e distintas concomitantemente, ou seja, os indivíduos possuem necessidades em comum, mas em cada circunstância diferente. Como pode ser analisado, houve uma diferença mínima nas escolhas das recompensas. Conforme a Teoria da Hierarquia das Necessidades, a escolha do tipo de recompensa dependerá da hierarquia da necessidade em que o colaborador se encontra. Como também, relacionando com a Teoria da Expectativa, o funcionário só sentirá motivado e satisfeito com o presente recebido, se o brinde estiver relacionado com a sua necessidade.

A partir da análise dos resultados, é possível constatar que o gestor, para atingir o desempenho satisfatório do funcionário, precisa ficar atento ao que motiva de forma individualizada o subordinado. Através desta pesquisa observou-se que alguns indivíduos com níveis hierárquicos diferentes, escolheram a mesma opção de recompensa, como também, pessoas com o mesmo nível hierárquico elegeram

alternativas diferentes, ou seja, as pessoas possuem expectativas/objetivos diferentes.

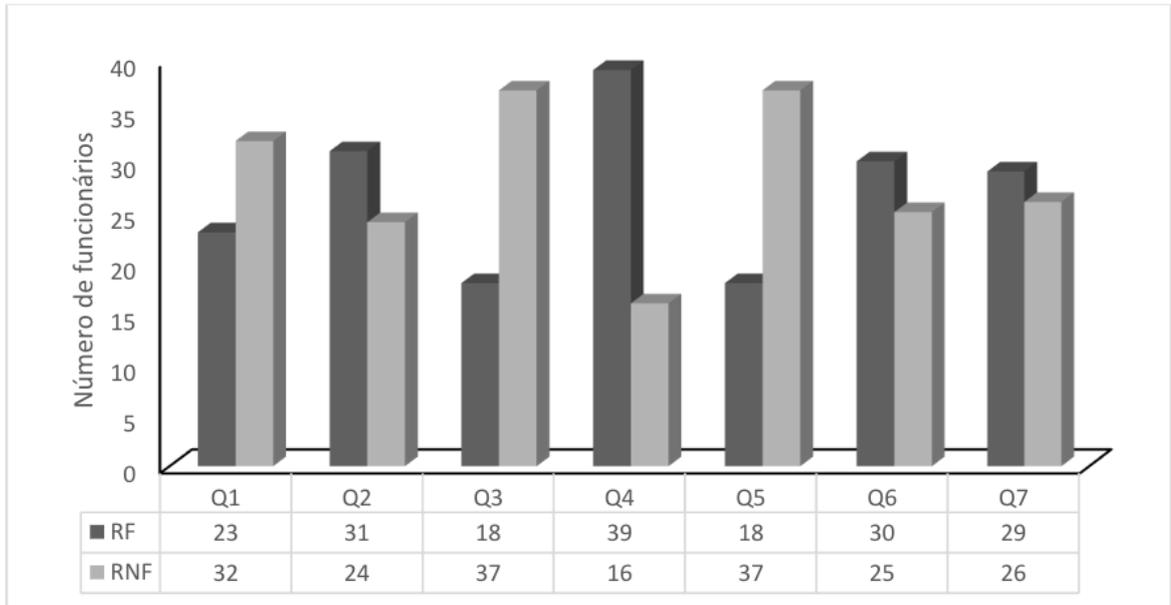


Figura 3 – Quantificação dos questionamentos – Teste Qui quadrado.

RNF = Recompensa não financeira; RF = Recompensa financeira.

De acordo com o teste Qui- quadrado foi demonstrado que nesta pesquisa a hipótese é não significativa para todas as situações abordadas nas sete questões, isto é, a escolha das recompensas independe do nível hierárquico no qual o colaborador se encontra, como pode ser visto na Tabela 2.

	Estatística Qui-quadrado	P- Valor
Q1- Qual destas opções te levaria realmente a se motivar em uma organização?	1,3911	0,2382
Q2 - Surge uma vaga para um cargo em um nível hierárquico superior ao qual você se encontra hoje na organização e o colaborador selecionado para as devidas mudanças de cargos foi você. Você estaria disposto (a) a aumentar as suas responsabilidades, demandar mais esforço, ampliar seu tempo de trabalho para a execução de atividades profissionais no intuito de aumentar seu salário, benefícios, isto é, acrescer seu aspecto financeiro?	0,6029	0,4375
Q3 - Você trabalha em uma empresa que oferece crescimento pessoal, flexibilidade no horário de trabalho e reconhecimento dos superiores. Porém, uma outra organização te convida para fazer parte do quadro de funcionários e te proporciona um salário acima da média do mercado. Você aceitaria a proposta de mudança ou continuaria na empresa atual?	0,0152	0,902

Q4 - Considere que a organização que você trabalha oferece mais recompensas não financeiras (cursos e palestras, reconhecimento, desenvolvimento) do que recompensas financeiras (plano de saúde, ticket de alimentação, salário). Contudo, os diretores estão analisando a possibilidade de inverter esse quadro, e essa decisão será tomada com todos os colaboradores, visando escolher aquela que mais poderá trazer a motivação no ambiente de trabalho. Você estaria disposto (a) a trocar a recompensa não financeira por a recompensa financeira?	0,1545	0,6942
Q5 - Surge uma vaga em uma organização em que você sempre desejou trabalhar devido a imagem que a mesma possui no mercado e a forma de como reconhece o seu colaborador. Porém, a vaga disponível é no departamento em que você não possui afinidade. Qual destas opções te levaria a escolher a entrar na empresa mesmo não sendo no setor desejável?	0,73	0,3929
Q6 - Em tempos de crise, a Diretoria decide desenvolver uma nova política com o objetivo de reduzir custos. Com isso, será necessário a participação dos colaboradores na criação dessa nova política para ser atingido o objetivo requisitado. Caso você consiga o propósito estabelecido, para você qual seria a forma ideal a ser recompensado (a)?	0,4265	0,5137
Q7 - No dia do seu aniversário a empresa gostaria de te presentear com um tipo de recompensa. Qual destas você desejaria receber?	0,2815	0,5957

Tabela 2 - Exploração dos aspectos da amostra, fragmentação dos níveis hierárquicos.

X²= P ≤ 0,05 (RNF = Recompensa não financeira; RF = Recompensa financeira; p = resultados estatisticamente não significativos) – Teste não paramétrico do qui-quadrado.

Pode ser observado que o P- valor em todas as questões foram maiores que 0,05, logo, demonstram que os resultados estaticamente são não significativos, ou seja, as variáveis estudadas (tipo de recompensa X nível hierárquico) são independentes.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da elevada competitividade, o administrador, para alcançar os objetivos organizacionais, não pode mais gerir por tentativa e erro. Ele deve compreender quais são os objetivos pessoais do funcionário, com o intuito de melhor estimulá-lo a aumentar seus esforços, pois, seu engajamento é determinante para permanência e crescimento da empresa.

O objetivo deste artigo foi descrever qual o tipo de recompensa que levaria o funcionário a se sentir motivado, e, se a escolha da recompensa possuía relação com o nível hierárquico. Foi desenvolvida uma pesquisa descritiva com o intuito de observar a percepção dos colaboradores. Através do estudo realizado na empresa Unimed Vale do São Francisco- Operadora, constatou-se que o tipo de recompensa que motiva o colaborador não está relacionado com o nível hierárquico no qual se encontra. Além de existir várias maneiras de motivar um funcionário, podendo a escolha da recompensa ser influenciada pela necessidade em que o indivíduo encontra- se no momento.

No estudo de Marcelino (2015) foi identificado que os colaboradores de

outras empresas também consideram a recompensa financeira um fator motivador, seja ele um salário íntegro, vale alimentação, vale transporte, entre outros. Ainda investigando outros resultados, Lopes e Regis Filho (2004), foi apontado que as pessoas preferem um cargo com maior responsabilidade com o intuito de aumentar a remuneração e se empenhar ainda mais para buscar um crescimento profissional dentro da organização. No qual, avaliando os resultados das pesquisas foi apresentado divergência, em que foi visto que as pessoas buscam para trabalhar, empresas que oferecem melhores condições de recompensas financeiras, já nesta pesquisa foi identificado individualmente na questão cinco, que o indivíduo aceitaria a trabalhar na empresa mesmo não sendo no departamento que possui afinidade pela recompensa não financeira.

Por isso, recomenda-se que quando a organização possuir o objetivo de motivar o colaborador, busque-se harmonizar interesses. Buscar criar qualidade no ambiente de trabalho, considerar os aspectos físicos e psicológicos, remunerar o colaborador de forma justa, em que o salário corresponda às atividades atribuídas, como também, seja equivalente ao mercado. Estreitar o relacionamento do funcionário com a organização, dando a ele a oportunidade de participar consideravelmente do sucesso da empresa, como já foi dito, os funcionários são a peça chave da organização, pois são eles que irão executar as tarefas designadas e saberão quais são as melhores formas de realizá-las.

Sugere-se a realização de novas pesquisas para avaliar qual o tipo de recompensa gera motivação aos colaboradores alinhada com outras teorias motivacionais, e também estudos mais abrangentes de modo que os resultados possam ser generalizados. Haja vista que os resultados alcançados nesta pesquisa representam as preferências dos colaboradores da Unimed Vale do São Francisco-Operadora.

REFERÊNCIAS

ALBERTO, D. G. **O alinhamento das âncoras de carreira: explorando a satisfação com o trabalho.** 2008. 97 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, 2008.

BERTUCCI, J. L. O. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC): ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação Lato Sensu.** São Paulo: Atlas, 2012.

BRUNI, A. L. **Estatística aplicada à gestão empresarial.** São Paulo: Atlas, 2011.

JONES, G.R; GEORGE, J.M. **Administração contemporânea.** São Paulo: McGraw- Hill, 2008.

LIMA, G. M.; MACHADO, D.; ESTENDER, A. C. **Plano de carreira e plano de remuneração para motivação e retenção de talentos.** In/: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. *Anais eletrônicos...: gestão de pessoas.* Rio de Janeiro, 2015.

LOPES, M. C; REGIS FILHO, G. I. A motivação humana no trabalho: o desafio da gestão em serviços

de saúde pública. **R.Adm**, v. 39, n. 1, p. 62-75, 2004.

MARCELINO, A. F. Sistema de remuneração: estudo em uma empresa desenvolvedora de software. **ReCaPe Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 5, n. 2, 2015.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, A. O.; LARA, J. C. Remuneração Estratégica- Estudo de caso em uma Empresa do comércio varejista de materiais para construção em Tangará Da Serra-MT. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, Dezembro de 2012, vol. 1,n.2, p. 285-307. ISSN: 2316-8072.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SILVA, R. O. **Teorias da administração**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

SOBRE A ORGANIZADORA

LUCIANA PAVOWSKI FRANCO SILVESTRE - Possui graduação em Serviço Social pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2003), pós-graduação em Administração Pública pela Faculdade Padre João Bagozzi (2008) é Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2013), Doutora em Ciências Sociais Aplicadas pela UEPG. Assistente Social da Secretaria de Estado da Família e Desenvolvimento Social - Governo do Estado do Paraná, atualmente é chefe do Escritório Regional de Ponta Grossa da Secretaria de estado da Família e Desenvolvimento Social, membro da comissão regional de enfrentamento às violências contra crianças e adolescentes de Ponta Grossa. Atuando principalmente nos seguintes temas: criança e adolescente, medidas socioeducativas, serviços socioassistenciais, rede de proteção e política pública de assistência social.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agronegócio 20, 27, 132, 182

C

Consumidor 2, 5, 166, 170, 171, 172, 181, 182, 268, 279

Cooperativa 118, 123, 201, 213, 215, 216, 222, 223, 265

E

Economia 17, 19, 27, 28, 71, 104, 118, 122, 123, 196, 222

Empreendedorismo feminino 149, 164, 165

Espoliação 90

Exportações 19, 23, 27

F

Ferrovia 224, 225, 226, 227, 228, 230

G

Gestão da diversidade 185, 194

I

Impactos tributários 1, 13

Incorporações imobiliárias 4, 18

M

Marketing digital 268, 271, 296, 297, 322

Marketing sensorial 292

Mineração 87, 97

P

Patrimônio de afetação 1, 5, 18

Planejamento 44, 45, 46, 55, 56, 97, 103, 164, 265, 271

Política monetária 70

R

Renda 119, 224, 305

Request for proposal 30, 33, 43

S

Soja 19, 27, 228

T

Tecnologia 32, 95, 97, 132, 196, 267, 309, 310, 312, 322

Trabalho 55, 56, 73, 74, 75, 77, 79, 95, 105, 106, 117, 126, 132, 133, 134, 164, 182, 193, 194, 195, 196, 215, 222, 240, 322

Turismo 100, 103, 104, 165, 215, 310, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 321, 322

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-516-7



9 788572 475167