



Investigação Científica nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 3

Willian Douglas Guilherme
(Organizador)

Atena
Editora

Ano 2019

Willian Douglas Guilherme

(Organizador)

Investigação Científica nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

3

Atena Editora

2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes e Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
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
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

I62 Investição científica nas ciências humanas e sociais aplicadas 3
[recurso eletrônico] / Organizador Willian Douglas Guilherme. –
Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Investigação
Científica nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-269-2

DOI 10.22533/at.ed.692191604

1. Ciências sociais aplicadas. 2. Humanidades – Pesquisa –
Brasil. I. Guilherme, Willian Douglas. II. Série.

CDD 370.1

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

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.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Os artigos organizados neste livro retratam o objetivo proposto de demonstrar resultados de pesquisas que envolvam a investigação científica nas áreas da Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, sobretudo, que envolvam particularmente a educação, a administração e o direito.

O livro “Investigação Científica nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas” está organizado em 03 volumes. Este 3º e último volume reúne um total de 22 artigos, sendo na 1ª parte, 09 artigos voltados especificamente para as Ciências Humanas, com destaque especial à fontes para a história da educação, tecnologia e educação, estudos de casos, orientação sexual no ambiente escolar, história, educação e saúde.

E na 2ª parte, voltada às Ciências Sociais Aplicadas, temos 10 artigos que irão discutir estudos de casos, inovação e turismo, seguidos por mais 03 artigos que apresentam debates e resultados dentro do contexto jurídico com temas voltados as relações causais da violência urbana.

Os textos são um convite a leitura e reúnem autores das mais diversas instituições de ensino superior do Brasil, particulares e públicas federais e estaduais, distribuídas entre 13 estados, com destaque para as regiões norte, nordeste e sudeste, que mais contribuíram neste 3º volume.

Assim fechamos este 3º e último volume do livro “Investigação Científica nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas” e esperamos poder contribuir com o campo acadêmico e científico, socializando resultados de pesquisas e inovações e dando continuidade a disseminação do conhecimento.

Boa leitura!

Willian Douglas Guilherme

CAPÍTULO 1	1
IMPRESSOS FEMININOS COMO FONTES DE PESQUISA: O CASO DA REVISTA INFANTIL “CIRANDINHA”	
<i>Luciana Borges Patroclo</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916041	
CAPÍTULO 2	16
PLANEJAMENTO DE AULA E TECNOLOGIAS DIGITAIS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A FORMAÇÃO DOCENTE EM TECNODOCÊNCIA	
<i>Gabriela Teles</i>	
<i>Francisco Renato da Silva Soares</i>	
<i>João Ítalo Mascena Lopes</i>	
<i>Thayana Brunna Queiroz Lima Sena</i>	
<i>Robson Carlos Loureiro</i>	
<i>Luciana de Lima</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916042	
CAPÍTULO 3	26
AS CARACTERÍSTICAS DOS INSTITUTOS FEDERAIS NO ANO DE 2016	
<i>Jéssica Letícia de Souza Miranda</i>	
<i>Narciso Rodrigues da Costa</i>	
<i>Alessandro de Castro Corrêa</i>	
<i>Danielle Cristina Gonzaga Corrêa</i>	
<i>Francisco do Nascimento Felix</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916043	
CAPÍTULO 4	34
PERCEPÇÃO DOS PROFESSORES DO ENSINO MÉDIO SOBRE A ORIENTAÇÃO SEXUAL NO AMBIENTE ESCOLAR	
<i>Soraya Marques Ribeiro</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916044	
CAPÍTULO 5	42
ENTRE TORCER E MORRER: VIOLÊNCIA ENTRE TORCIDAS ORGANIZADAS DE FUTEBOL EM FORTALEZA/CE	
<i>Francisco Thiago Cavalcante Garcez</i>	
<i>Geovani Jacó de Freitas</i>	
<i>Lígia Vieira da Silva Cavalcante</i>	
<i>Sara Castro Lopes</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916045	
CAPÍTULO 6	49
CANELAS SECAS E PARAGUAIOS: TRAJETÓRIAS, DINÂMICAS E ATUAÇÃO NA VIDA SOCIAL E POLÍTICA DE APUIARÉS/CE	
<i>Meirejane Cardoso Gomes</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916046	

CAPÍTULO 7	54
A VISÃO DOS USUÁRIOS DE ESPAÇOS PÚBLICOS QUANTO A PRÁTICA DE ATIVIDADES FÍSICAS EM ARAPIRACA – ALAGOAS	
<i>José de Souza Gomes Júnior</i>	
<i>Claudio Henrique Nunes de Sena</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916047	
CAPÍTULO 8	64
EDUCAÇÃO PERMANENTE NA ATENÇÃO PRIMÁRIA À SAÚDE: UMA VISÃO DOS TRABALHADORES	
<i>Rebecca Palhano Almeida Mateus</i>	
<i>Sharmênia de Araújo Soares Nuto</i>	
<i>Maira Barroso Pereira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916048	
PARTE II - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS	
CAPÍTULO 9	77
A COMUNICAÇÃO COMO POLÍTICA DE VALORIZAÇÃO DO CLIENTE: ESTUDO DE CASO NA DISTRIBUIDORA CERVEJARIA PETRÓPOLIS	
<i>Aluydio Bessa Amaral</i>	
<i>Antônio Carlos Tavares do Nascimento</i>	
<i>Camila Sousa dos Santos</i>	
<i>Kellen de Araújo Galeno</i>	
<i>Jalva Lilia Rabelo de Sousa</i>	
DOI 10.22533/at.ed.6921916049	
CAPÍTULO 10	92
DETERMINANTES DA ESTRUTURA DE CAPITAL: UM ESTUDO SOBRE EMPRESAS MINEIRAS DE CAPITAL FECHADO	
<i>Ewerton Alex Avelar</i>	
<i>Joyce Mariella Medeiros Cavalcanti</i>	
<i>Helen Rose Pereira</i>	
<i>Terence Machado Boina</i>	
DOI 10.22533/at.ed.69219160410	
CAPÍTULO 11	113
REDE DE INCUBAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS: O CASO DA AGÊNCIA DE INOVAÇÃO DO IFES	
<i>Rodolpho da Cruz Rangel</i>	
<i>João Paulo do Carmo</i>	
DOI 10.22533/at.ed.69219160411	
CAPÍTULO 12	129
MOTIVAÇÃO HUMANA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA COMERCIAL	
<i>Manoel Carlos de Oliveira Júnior</i>	
<i>Sandro Breval Santiago</i>	
<i>Lumara dos Anjos da Silva</i>	
DOI 10.22533/at.ed.69219160412	

CAPÍTULO 13 144

IDENTIFICAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO DE UMA START-UP/TIC: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA GEEKIE

Herivelto Lulía Filho
Silvia Novaes Zilber Turri
Eduardo Corneto Silva
Edna de Souza Machado Santos

DOI 10.22533/at.ed.69219160413

CAPÍTULO 14 161

MAPEAMENTO DAS EMPRESAS FILHAS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO: EMPREENDEDORES EGRESSOS

Ivana Aparecida Ferrer Silva
Simone Hirata
Elba de Oliveira Pantaleão
Caryna Paes Barreto

DOI 10.22533/at.ed.69219160414

CAPÍTULO 15 177

PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO INOVADOR DO SENAI: “DESAFIO SENAI+INDÚSTRIA - FASE PRÉ-CELERA”

Carla Santos de Souza Giordano
Gabriela Maria Amorim Padilha
Fabircius Nascimento Garcia Neto
Ricardo Marques Diniz
William Guimarães Lima

DOI 10.22533/at.ed.69219160415

CAPÍTULO 16 184

FREQUÊNCIA DE COMPRA DE PEÇAS JEANS PELOS CONSUMIDORES DA GERAÇÃO Z E *BABY BOOMERS*

Onnara Custódio Gomes
Lívia Lopes Custódio
Rachel Marinho Aquino Cavalcanti
Thelma Valeria Rocha
Vivian Iara Strehlau

DOI 10.22533/at.ed.69219160416

CAPÍTULO 17 190

AS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO E A RELAÇÃO ENTRE PATRIMÔNIO CULTURAL E TURISMO EM FORTALEZA – CEARÁ – BRASIL

Débora Ferreira Freire Dias
Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano

DOI 10.22533/at.ed.69219160417

CAPÍTULO 18 203

O PASSEIO PÚBLICO E SUAS VÁRIAS FACETAS IMPRESSAS NAS CAMADAS DO TEMPO

Romulo Augusto Pinto Guina
Diana Amorim dos Santos da Silva
Diogo Fellipe de Souza Dórea

Bianca Cristine Faro Rodrigues

DOI 10.22533/at.ed.69219160418

CAPÍTULO 19 218

OS HOMICÍDIOS NA PARAÍBA: DINÂMICA E RELAÇÕES CAUSAIS DA VIOLÊNCIA
MEDIDA PELOS HOMICÍDIOS NAS PRINCIPAIS CIDADES DA PARAÍBA

Eduardo Souza Silva

José Maria Pereira da Nóbrega Júnior

DOI 10.22533/at.ed.69219160419

CAPÍTULO 20 228

A AFIRMAÇÃO DA TRÍADE: LIBERDADE, IGUALDADE E FRATERNIDADE COMO
FUNDAMENTO DA CONCRETA IMPLEMENTAÇÃO DO ESTADO LAICO

Luciele Moreira Leão

Fabiana Cintra Sielskis Porto

DOI 10.22533/at.ed.69219160420

CAPÍTULO 21 233

TRABALHO, POLIDEZ E O JOGO DAS FACES: VIOLÊNCIA E SENTIDOS
DISCURSIVOS NA FALA DOS “SAMUZEIROS”

Letícia Adriana Pires Ferreira dos Santos

Ana Maria Almeida Marques

DOI 10.22533/at.ed.69219160421

CAPÍTULO 22 255

A BIBLIOTECA NAS ESCOLAS PÚBLICAS DE PORTO VELHO (RO): QUE
PRÁTICAS?

Kétila Batista da Silva Teixeira

Zillanda Teixeira Rodrigues Stein

Jussara Santos Pimenta

DOI 10.22533/at.ed.69219160422

SOBRE O ORGANIZADOR..... 264

MOTIVAÇÃO HUMANA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA COMERCIAL

Manoel Carlos de Oliveira Júnior

Universidade Federal do Amazonas –
Departamento de Administração
Manaus-Amazonas

Sandro Breval Santiago

Universidade Federal do Amazonas –
Departamento de Administração
Manaus-Amazonas

Lumara dos Anjos da Silva

Universidade Federal do Amazonas –
Departamento de Administração
Manaus-Amazonas

RESUMO: Entender a realidade dos colaboradores de uma organização faz-se necessário, principalmente se o objetivo da organização é ser bem-sucedida, tendo em vista que conhecendo seus colaboradores e suas necessidades, a organização tem condições de oferecer os estímulos certos para mantê-los motivados. Partindo deste pressuposto o presente artigo teve por objetivo descrever por meio de pesquisa bibliográfica e de um estudo de caso a importância da motivação humana para as organizações. Para tanto buscou-se identificar e entender quais os fatores preponderantes na motivação dos colaboradores da empresa denominada com nome fictício de “Empresa X”, fazendo uso da aplicação de questionários para obtenção

de dados que, após coletados e analisados, permitiram identificar que o quadro funcional desta empresa apresenta um perfil motivacional movido preponderantemente por interesses individuais, onde não se identifica espírito de equipe e que o fator motivacional mais relevante é a remuneração obtida. Concluiu-se desta forma que os colaboradores dessa organização não se sentem valorizados, são motivados pela remuneração, o trabalho em equipe existe, no entanto, em casos isolados, e teoricamente continuam na organização para suprir necessidades básicas. Finalmente, mediante o exposto, buscou-se apresentar à organização propostas de melhorias para que consiga mudar a realidade organizacional e obter um quadro de colaboradores mais motivados.

PALAVRAS-CHAVE: Motivação, Clima organizacional, satisfação.

ABSTRACT: Understanding the reality of an organization’s employees is necessary, especially if the organization’s goal is to be successful, since knowing its employees and their needs, the organization is able to offer the right incentives to keep them motivated . Based on this assumption the present article had the objective of describing, through bibliographic research and a case study, the importance of human motivation for organizations. In order to

do so, we sought to identify and understand the predominant factors in the motivation of the employees of the company denominated with the fictitious name of “Company X”, making use of questionnaires to obtain data that, after being collected and analyzed, allowed to identify that the functional relationship of this company presents a motivational profile driven predominantly by individual interests, where no team spirit is identified and the most relevant motivational factor is the remuneration obtained. It was concluded in this way that the employees of this organization do not feel valued, are motivated by the remuneration, teamwork exists, however, in isolated cases, and theoretically continue in the organization to meet basic needs. Finally, through the above, we tried to present to the organization proposals for improvements so that it can change the organizational reality and obtain a more motivated staff.

KEYWORDS: Motivation, Organizational climate, satisfaction.

1 | INTRODUÇÃO

A motivação é algo individual, ou seja, o que estimula alguém a conquistar algo pode não ser o mesmo que irá incentivar outro indivíduo, pois cada ser humano é diferente do outro. Isso acontece porque cada pessoa busca motivações nas mais diversas áreas de sua vida para conquistar objetivos e metas que possam trazer a felicidade e satisfação pessoal.

Bergamini (1994) comenta que a motivação nasce das necessidades humanas e não das coisas que satisfazem essas necessidades. Entende, portanto, que ninguém pode jamais motivar ninguém, pois não se incutem necessidades em quem quer que seja. A motivação deve partir da própria pessoa. Então, para que haja melhor desenvolvimento nas organizações, é preciso que os gestores se preocupem com as condições de trabalho que oferecem aos seus funcionários, visando proporcionar fatores que contribuam positivamente nas condições e qualidade de vida dos trabalhadores (BORTOLOZO; SANTANA, 2011).

Faz-se necessário que as organizações passem a preocupar-se não apenas com o ambiente físico, mas também com os aspectos psicológicos e físicos de seus funcionários, que passem a ver além do trabalho que é desenvolvido e sim quem os desenvolve. Alcançar a qualidade de vida é a verdadeira vontade do ser humano, que busca tudo que possa proporcionar maior bem-estar e o equilíbrio físico, psíquico e social, ou uma regra para se obter uma vida mais satisfatória (SUMARIVA; OURIQUES, 2010).

Considerando as observações anteriores, o presente estudo teve por objetivo identificar os fatores que influenciam a motivação dos colaboradores de uma empresa e qual sua importância para a organização, bem como identificar o clima organizacional existente.

Ao se analisar as organizações, forçosamente se fala em pessoas, as quais as representam, que as vivenciam e que lhes dão personalidades próprias, o que nos

leva a afirmar que são as pessoas que formam as organizações. A maneira pela qual as pessoas se comportam, decidem, agem, trabalham, executam, melhoram suas atividades, cuidam dos clientes e tocam os negócios das empresas varia em enormes dimensões. E essa variação depende, em grande parte, das políticas e diretrizes das organizações a respeito de como lidar com as pessoas em suas atividades. (CHIAVENATO, 2010). Entende-se que a motivação funciona em termos de forças ativas e impulsionadoras, traduzidas por palavras como desejo e receio. A pessoa deseja poder e deseja status, receia o ostracismo social e as ameaças à sua autoestima.

Bergamini (1994) afirma que a motivação cobre uma grande variedade de aspectos comportamentais. A diversidade de interesses percebida entre indivíduos permite aceitar, de forma razoavelmente clara, que as pessoas não fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões. É dentro dessa diversidade que se encontra a mais importante fonte de informações a respeito desse fenômeno que mostra até aspectos paradoxais. Quando se fala de motivação humana, parece desapropriado que uma simples regra geral seja o recurso suficiente do qual se possa lançar mão para se conseguir uma abrangente e mais precisa explicação sobre as verdadeiras razões que levam as pessoas a agirem.

2 | A TEORIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW

Maslow (apud Chiavenato, 2010), criou um conceito de hierarquia das necessidades que influencia o comportamento humano. Idealizou essa hierarquia porque o homem é uma criatura que amplia as suas necessidades no decorrer da vida. À medida que o homem satisfaz suas necessidades básicas, outras mais elevadas surgem tomando domínio do comportamento.

As hierarquias das necessidades de Maslow são divididas conforme a figura 1 a seguir.



Figura 1. Pirâmide das Necessidades de Maslow

Fonte: CHIAVENATO, 2010.

Maslow buscava entender o homem em várias dimensões, embasando sua teoria na afirmativa de que ao conseguir conquistar um nível de sua pirâmide o ser humano sentia-se motivado a continuar, até alcançar o próximo.

3 | TEORIA DOS DOIS FATORES

Para Herzberg, (apud Chiavenato, 2010), a motivação para trabalhar depende de dois fatores. Fatores higiênicos: referem-se às condições que rodeiam a pessoa enquanto trabalha, englobando as condições físicas e ambientais de trabalho, o salário, os benefícios sociais, as políticas das empresas, o tipo de supervisão recebido, o clima de relações entre a direção e os empregados, os regulamentos internos e as oportunidades existentes. No entanto, Herzberg considera os fatores higiênicos muito limitados em sua capacidade de influenciar o comportamento dos empregados. Fatores motivacionais: referem-se ao conteúdo do cargo, as tarefas e aos deveres relacionados com o cargo em si. Produzem efeito duradouro de satisfação e de aumento de produtividade em níveis de excelência, isto é, acima dos níveis normais. Herzberg fala que o termo motivação envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional manifestado por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem desafio e significado para o trabalho.

Em outra abordagem, a Teoria X e Y desenvolvida por Douglas McGregor, verifica-se que os objetivos/metapas dos colaboradores e os da empresa vivem em constante conflito, onde os mesmos são anteriormente motivados por fatores extrínsecos e/ou pelo receio da punição. Em contrapartida em sua Teoria Y, salienta que os interesses

personais não são conflitantes com os interesses organizacionais, onde o colaborador é motivado tanto por fatores intrínsecos quanto extrínsecos.

Considerando estas teorias, muitos são os fatores que justificam a motivação. Na realidade, a motivação está contida dentro das próprias pessoas e pode ser amplamente influenciada por fontes externas ao indivíduo ou pelo seu próprio trabalho na empresa. A motivação intrínseca e a extrínseca devem se complementar por meio do trabalho gerencial. Ambas não podem ser deixadas ao acaso, simplesmente a mercê dos acontecimentos (CHIAVENATO, 2010).

Segundo Chiavenato (2010), Vroom salienta três fatores que motivam cada indivíduo a produzir, à saber:

- a) Os objetivos individuais, ou seja, a força do desejo de atingir objetivos.
- b) A relação que o indivíduo percebe entre a produtividade e o alcance dos seus objetivos individuais.
- c) A capacidade de o indivíduo influenciar seu próprio nível de produtividade, à medida que acredita poder influenciá-lo.

Em uma visão geral verifica-se que em todas as teorias tem-se um fator motivador, seja ele intrínseco ou extrínseco, que leva o indivíduo à ação, seja ela por meio de recompensa ou por temor à punição.

4 | CLIMA ORGANIZACIONAL

Litwin (apud LUZ, 2005) conceitua o clima organizacional como a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional, que é percebida ou experimentada pelos membros da organização e influencia o seu comportamento.

Para Luz (2005), “clima organizacional é o reflexo do estado de ânimo ou do grau de satisfação dos funcionários de uma empresa, num dado momento”.

Chiavenato (2009), afirma que o termo clima organizacional se refere aos aspectos internos de uma organização, à atmosfera psicológica e às características da empresa, ele pode ser sentido psicologicamente e está relacionado especificamente às propriedades motivacionais do ambiente interno da organização.

Desta forma, pode-se dizer que o clima representa a qualidade do ambiente da empresa, sendo entendido pelos colaboradores da organização e influenciando diretamente o comportamento dos mesmos.

5 | METODOLOGIA

A metodologia adotada partiu da construção do referencial teórico e estudo de caso, onde por meio do referencial bibliográfico e investigação da influência dos

fatores motivacionais apontaram caminhos que possibilitaram descrever a importância da motivação humana no ambiente organizacional.

Gil (2002) define que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já existente. Propiciando assim o estudo “[...] de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (LAKATOS; MARCONI, 2001). Ela é desenvolvida com base nos materiais que já estão disponíveis, como livros e artigos científicos possibilitando ao autor um maior conhecimento e uma melhor abordagem sobre o tema a ser pesquisado.

Em outra vertente deste artigo, Yin (2005), define que o estudo de caso é uma investigação empírica que analisa um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. O presente trabalho tem natureza exploratória e descritiva, onde Yin (2005), conceitua que é exploratório pela aplicação de pesquisas junto a funcionários com objetivos de tentar responder perguntas “como” e “porquê”. Descritiva, pois tem por objetivo descrever de modo sistemático o fenômeno estudado, como no caso a motivação dos indivíduos.

A pesquisa foi realizada em uma microempresa denominada “Empresa X”. Criada em 1992, sua estrutura é de base familiar, sendo os acionistas majoritários o irmão mais velho juntamente com sua esposa e os acionistas adjacentes dois irmãos mais novos. Trabalha com comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de alimentos ou de insumos agropecuários. Seu quadro de funcionário é composto por 12 colaboradores, sendo 7 (sete) mulheres e 5 (cinco) homens, divididos em dois setores, sendo eles, administrativo e vendas, sendo o setor de venda subdivididos em dois outros setores, o de venda no varejo e o de vendas no atacado. Foi desenvolvido no período de 18/02/2017 à 20/05/2017, tendo como universo os colaboradores da empresa.

Referente à amostragem utilizada neste artigo, tornou-se possível que todos participassem do levantamento, desta forma a amostra foi composta pelo total de 12 pessoas, sendo 7 (mulheres) e 5 (homens), na faixa etária entre 22 a 46 anos de idade, com tempo de exercício em suas funções entre 3 meses a 10 anos.

A utilização de questionários em pesquisa de campo é definida por Gil (2002), “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

O questionário utilizado foi baseado e adaptado de um modelo proposto por Azzi e Bardagi (2009), o motivograma, que “permite identificar, no geral, perfis de média e alta motivação, demonstrando que a empresa consegue atingir bons resultados com uma estratégia administrativa que adota a filosofia da autonomia e estima como ferramentas”; sendo composto por 10 (dez) perguntas fechadas, cada uma com 4 (quatro) ou 5 (cinco) possíveis respostas, onde o respondente expressa sua opinião sobre a pergunta somente a partir do que lhe é apresentado.

6 | RESULTADOS

Após a aplicação dos questionários todos as respostas foram contabilizadas, sendo organizadas em planilhas excel. Em seguida estes valores foram transformados em porcentagem e inseridos em gráficos para melhor visualização dos resultados.

O gráfico 1, relacionado ao que estimulava o desempenho do colaborador obteve os seguintes resultados:

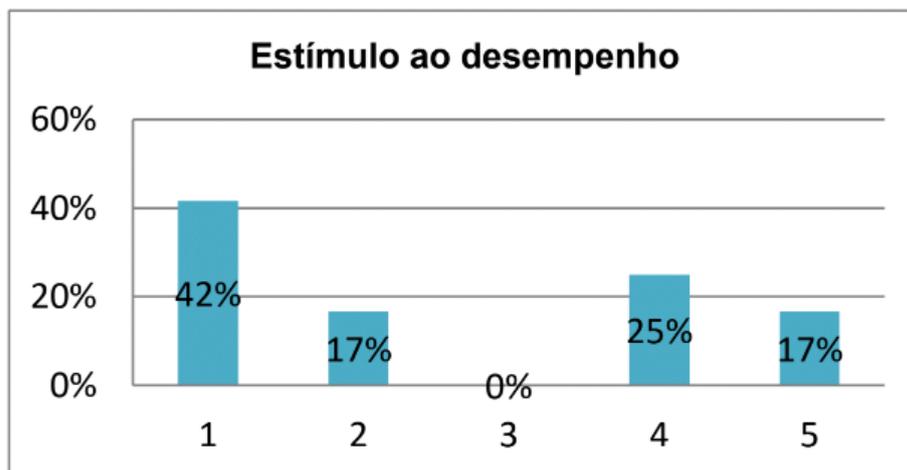


Gráfico 1 – Estímulos ao desempenho

Fonte: Elaborado pelos autores

Verifica-se que 42% dos respondentes se sentem mais estimulados com um salário compatível às suas necessidades e de sua família, enquanto 25% sentem-se estimulados ao solucionar problemas que seus colegas julgavam difíceis, 17% com o reconhecimento de seus méritos e os outros 17% com a segurança de ter seus salários depositados ao final do mês.

No gráfico 2 que indagava a respeito de optar por outra empresa observou-se que 67% optariam por uma organização que lhes oferecesse estabilidade tanto salarial quanto por meio de benefícios, 25% optariam por uma organização que lhes oferecesse boas condições ambientais de trabalho e apenas 8% optariam por uma que lhes oferecesse maior poder e prestígio.

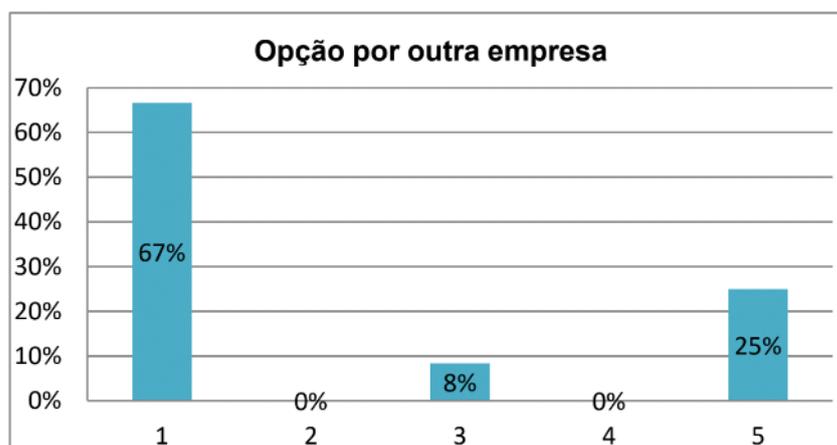


Gráfico 2 – Opção por outra empresa

Fonte: Elaborado pelos autores

O gráfico 3, trata de qual estilo de superior mais causa insatisfação, 67% afirmaram que é aquele que não confere devido respeito e consideração, 25% disseram que é aquele que não colabora na experimentação de novas ideias e 8% responderam que é aquele anti social que enxerga tudo como “puxa-saquismo”.

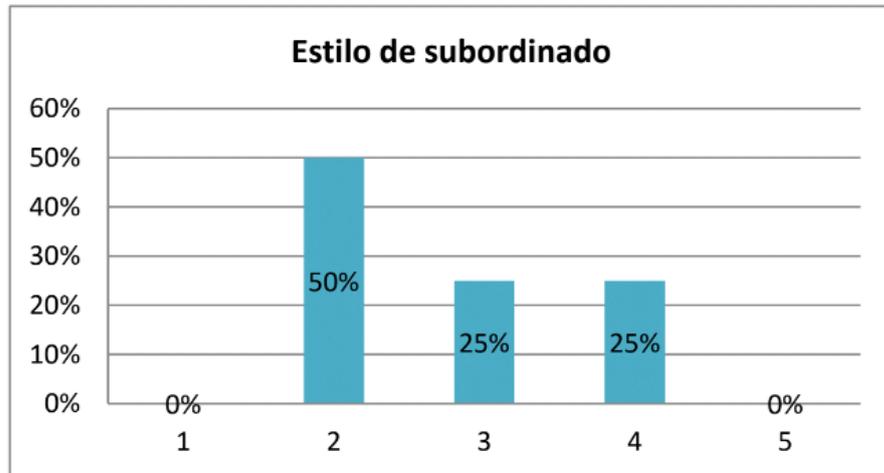


Gráfico 3 – Estilo de subordinado

Fonte: Elaborado pelos autores

No gráfico 4 se questionava quanto ao relacionamento entre as pessoas da equipe e foram obtidos os seguintes resultados, 83% dos respondentes disseram que é bom, desde que nenhum atrapalhe o trabalho do outro, e apenas 17% responderam que é harmonioso e que mantinham um bom convívio.

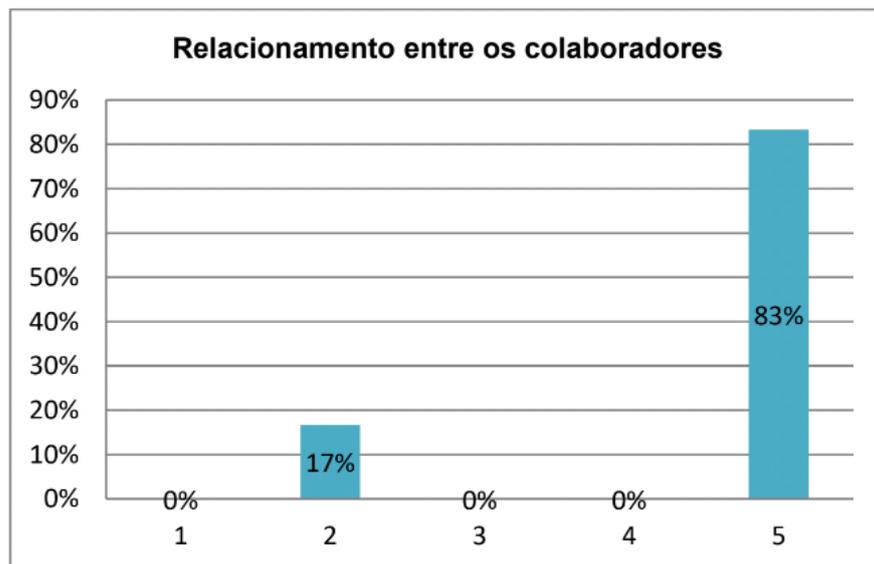


Gráfico 4 – Relacionamento entre os colaboradores

Fonte: Elaborado pelos autores

O gráfico 5 indagava sobre a autonomia para propor melhorias na execução de trabalho, 75% disseram que era boa, principalmente quando isso beneficiasse a eles, e somente 25% optaram em responder que era regular, entretanto preferiam não fazer

por receio de serem demitidos

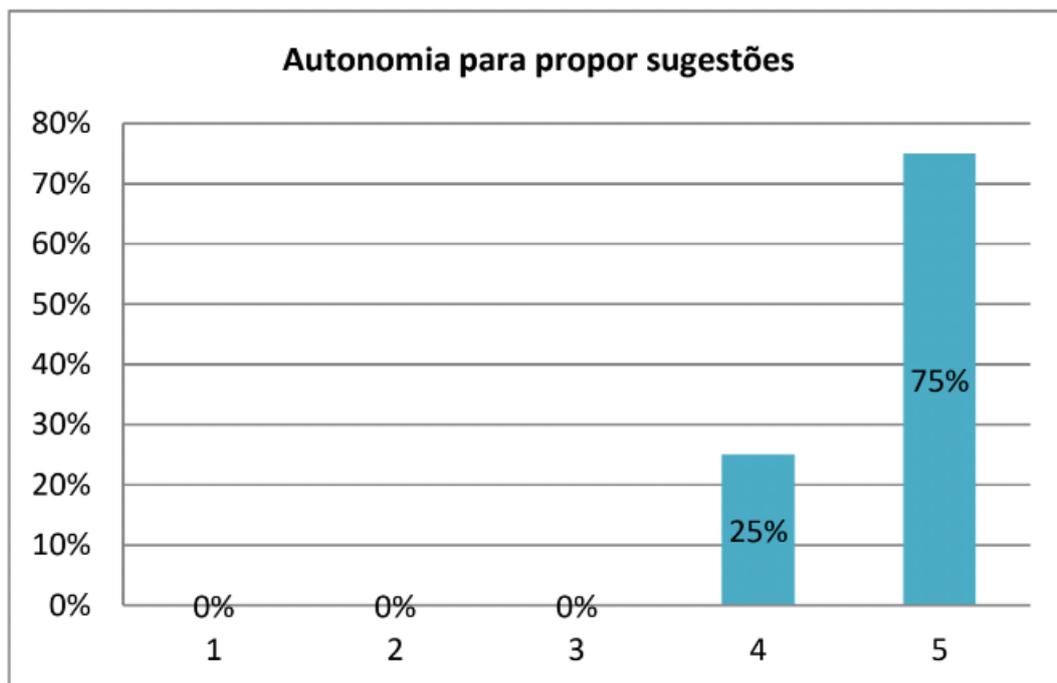


Gráfico 5 – Autonomia para propor sugestões

Fonte: Elaborado pelos autores

Ao serem questionados em relação à desenvolver suas atividades com entusiasmo e eficiência, 42% disseram que isso ocorre somente quando recebem salário compatível às suas necessidades básicas, 25% afirmaram que ocorre quando se tem um superior imediato em que possa confiar e condições de trabalho bem organizadas, 17% quando mantem um relacionamento cordial e harmonioso com seus colegas, sendo aceito por eles e os outros 17% afirmaram que acontece quando podem ajudar seus colegas em alguma atividade, conforme Gráfico 6.

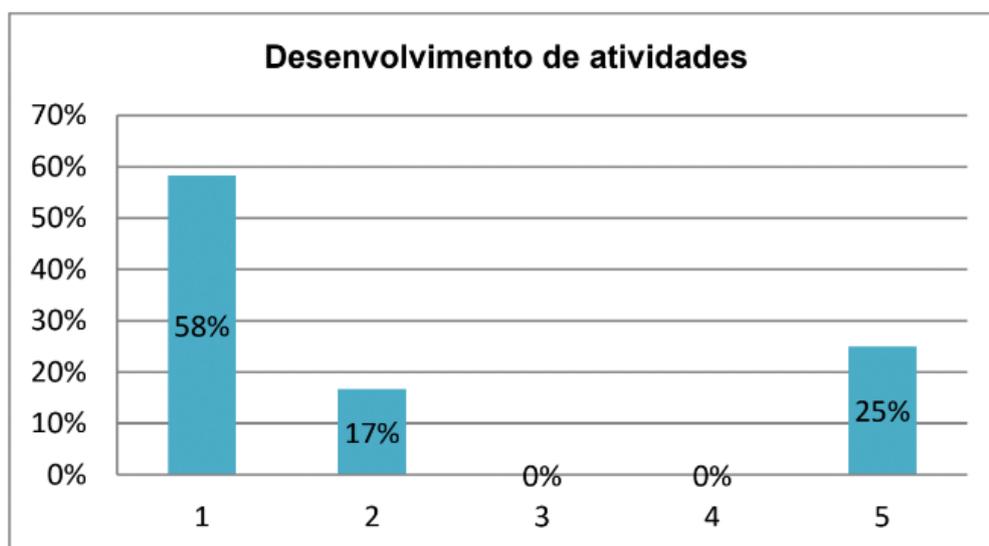


Gráfico 6 – Desenvolvimento de atividades

Fonte: Elaborado pelos autores

Referente ao gráfico 7, ao se tratar de promoção entre cargos, 50% disseram que optariam por aquele que lhes oferecessem normas de trabalhos claramente definidos, garantias, benefícios e estabilidade, 33% optariam pelo que lhes ofertassem melhores condições de trabalho e os outros 17% escolheriam o que lhes conferisse maior poder e prestígio.

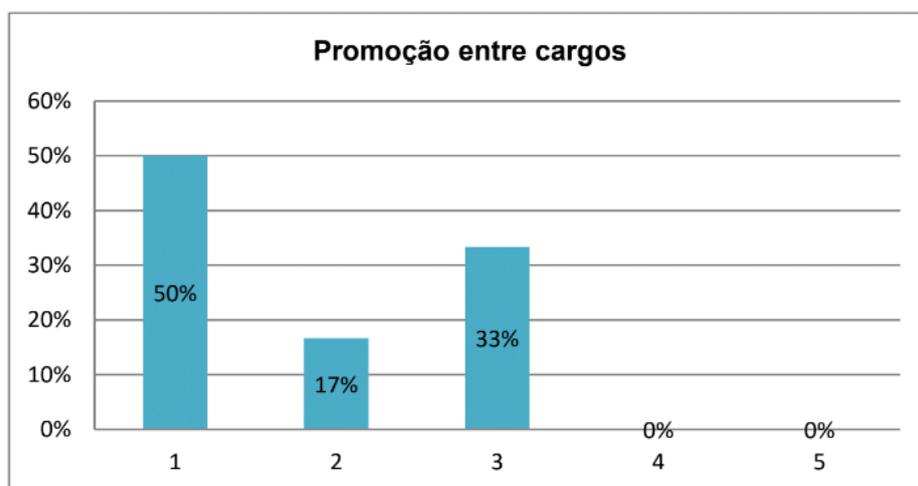


Gráfico 7 – Promoção entre cargos

Fonte: Elaborado pelos autores

No gráfico 8 onde se questionava o que poderia prejudicar a produtividade dos colaboradores, 33% responderam que ao delegarem responsabilidades que demandem dedicação pessoal impedindo de compartilhar seus problemas e ideias com os colegas, outros 33% responderam a possibilidade de promoção de alguém desqualificado por mero favorecimento, 17% disseram que se lhes colocassem em um setor diferente e 17% se suas responsabilidades deixassem de ser um desafio.

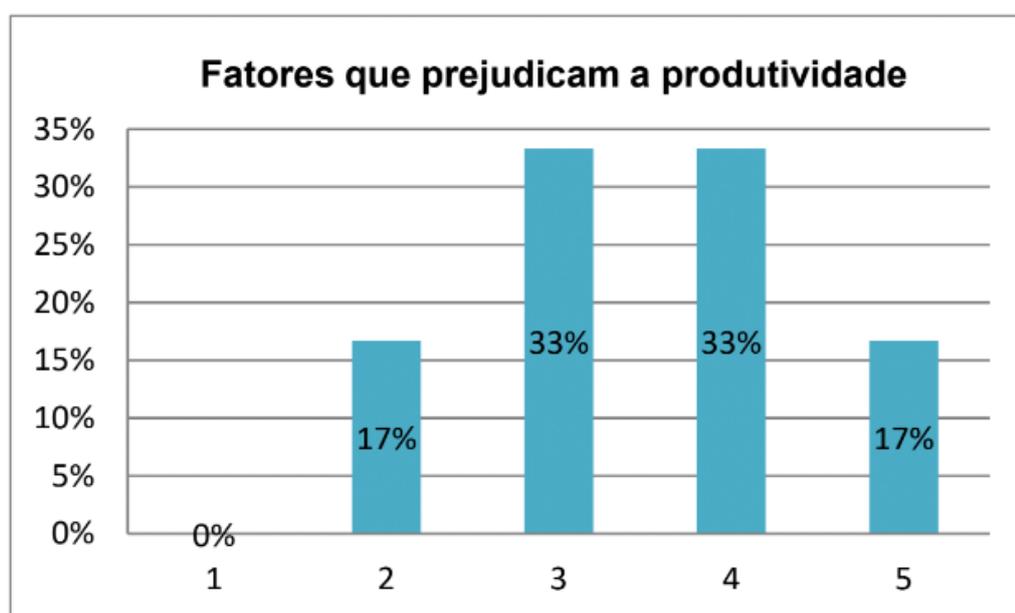


Gráfico 8 – Fatores que prejudicam a produtividade

Fonte: Elaborado pelos autores

Ao se questionar, conforme gráfico 9, se o respondente se sente reconhecido pelo trabalho que executa, 50% responderam que não, pois por mais que se esforcem nunca receberam um elogio ou agradecimento, 25% disseram que não sabiam dizer, mas que não se importavam desde que tivessem seus salario depositado final do mês, e os outros 25% responderam que talvez, pois já estavam a muito tempo neste emprego.

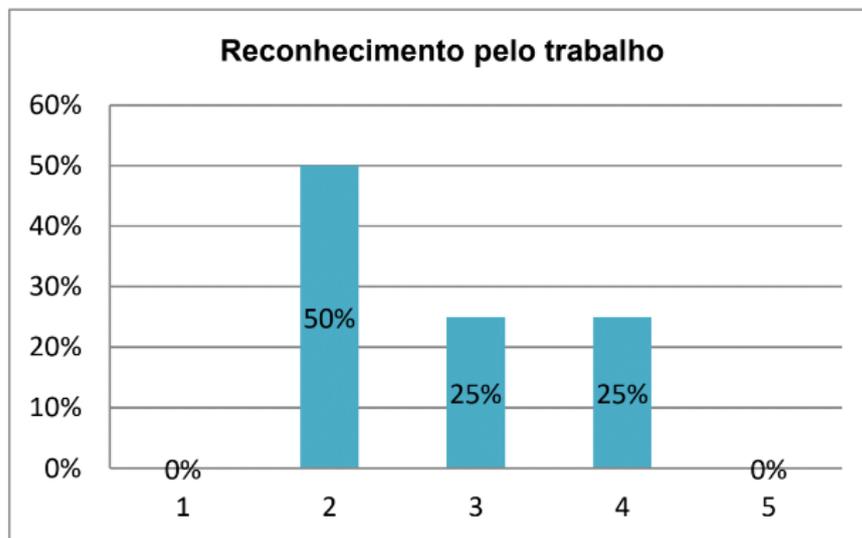


Gráfico 9 – Reconhecimento pelo trabalho

Fonte: Elaborado pelos autores

O gráfico 10, apresenta a respeito da estabilidade no trabalho, sendo que 58% dos respondentes responderam que se sentem inseguros, devido à crise que o país apresenta, e os outro 42% que se sentiam seguros, pois a empresa oferece estabilidade.

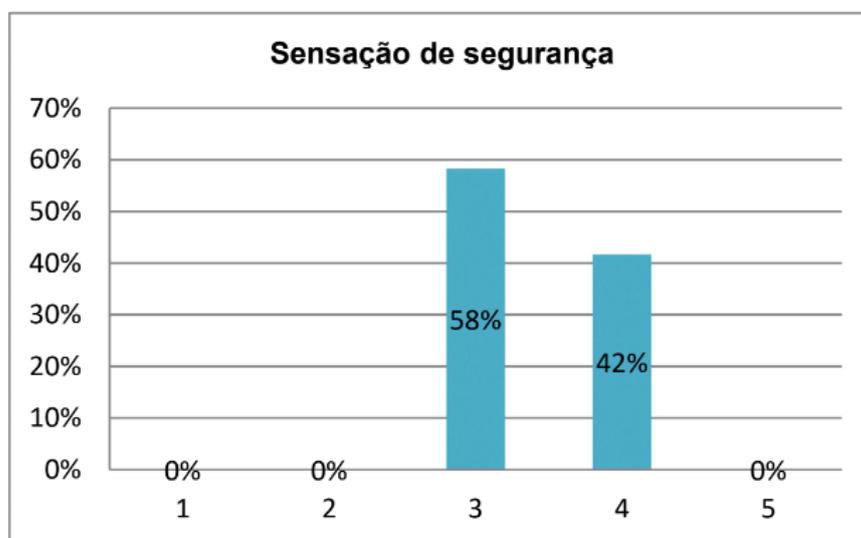


Gráfico 10 – Sensação de segurança

Fonte: Elaborado pelos autores

7 | DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Não se esperava encontrar um perfil tão irregular ao que foi proposto por Maslow, ou seja, que obedecesse de maneira uniforme aos níveis de sua pirâmide. Desta forma o perfil encontrando já era esperado, devido ao porte da empresa em estudo, o que conforme se observa no gráfico abaixo apresentou maior preocupação às necessidades básicas do que com as superiores (Gráfico 11).

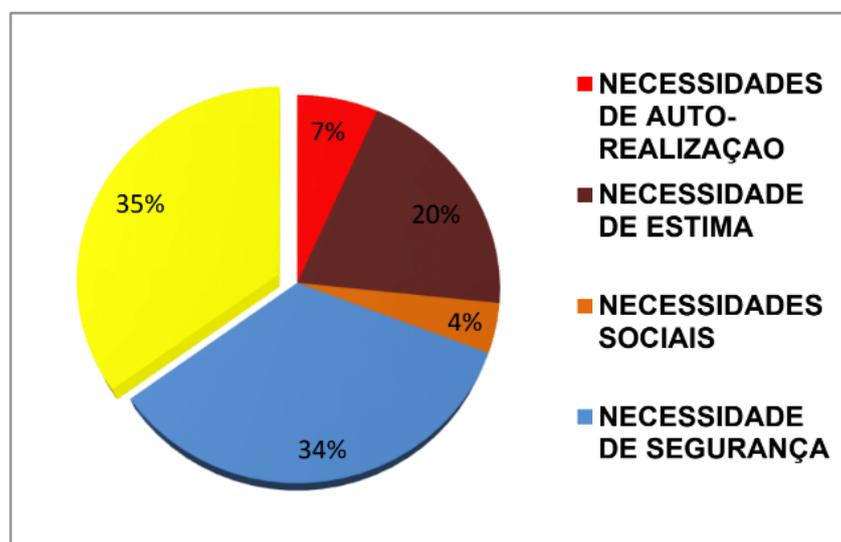


Gráfico 11 - Percentual de Importância baseado das Necessidades de Maslow

Fonte: Elaborado pelos autores

Pode-se afirmar que os entrevistados valorizam mais ter como suprir suas necessidades básicas, tais como alimentação, conforto físico, horários flexíveis, entre outros, assim como valorizam também estabilidade no emprego, condições seguras de trabalho, remuneração boa, manter boas relações, cultivar amizades, ter superiores gentis, entre outros fatores que caracterizam as necessidades de segurança e de estima, respectivamente, do que as necessidades relacionadas aos estágios, social e de auto realização o que se mostra visível nos dados do gráfico percentual das questões 1, 2, 3, 6 e 7, respectivamente.

Os respondentes do estudo estão sendo impulsionados mais pelos fatores higiênicos do que pelo motivacionais, o que não instiga a motivação e sim impede que o indivíduo sinta-se insatisfeito, o que caso ocorra pode ter como consequência a desmotivação do mesmo. Esta afirmativa levanta uma preocupação, pois de acordo com os dados, as necessidades sociais estão em último plano o que pode ser um problema para a organização se levado em consideração a afirmação de Dubrin (2003) que “as frustrações das necessidades neste nível podem levar a sérios problemas pessoais”, onde tal problemática traria consequências tais como, queda de rendimento, constante absenteísmo, descaso com a execução das atividades e inúmeros outros problemas nocivos à organização.

Outro dado importante, já que a “Empresa X” é uma microempresa com um

pequeno número de colaboradores, é a questão da auto realização. Mediante os dados coletados e observações pessoais notou-se que os colaboradores desta organização não têm grandes ambições e nem almejam promoções futuras, sejam elas, salariais ou profissionais, tendo como base para tal afirmação os dados da questão numero 8, onde 33% dos respondentes afirmam que prejudicaria sua produtividade a atribuição de mais responsabilidades, fato este que pode ser um empecilho ao crescimento organizacional, partindo do pressuposto que se o colaborador não tem um estímulo que o impulse a desenvolver seu trabalho da melhor forma possível, a atividade que lhe foi incumbida acaba por se realizada de maneira relapsa.

Desta forma, buscando entender a razão dos dados indicarem que 35% dos colaboradores buscam suprir primeiramente suas necessidades fisiológicas e de segurança, retoma-se aos dados do gráfico da questão 10, que indica que 58% dos respondentes sentem-se inseguros em relação a sua permanência dentro da organização, devido à crise e a onda de desemprego que assola o país. Aliando esses dados aos obtidos no gráfico da questão 2, verificasse que há o receio de demissão, mas que se houver oportunidades de emprego que lhes ofereçam melhores condições de trabalho, os mesmos optariam por outra organização, tal fato que pode ter como explicação pelos dados visualizados no gráfico 9, onde 50% dos respondentes afirmam que não são reconhecidos. Ou seja, pode-se afirmar que os colaboradores podem almejar promoções, mas em outras organizações.

Mediante o exposto e em relação aos dados obtidos nas questões 4, relacionados com os dados das questões 5, 6 verifica-se que os colaboradores desta organização apresentam um perfil motivacional movido por interesses próprios, onde não se identifica espírito de equipe, e sim individualista, que tem como fator motivacional preponderante, a remuneração obtida ao final do mês.

8 | CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Buscou-se com este artigo entender o verdadeiro sentido de motivação, conceito este que acaba sendo complexo tomando por base as teorias já desenvolvidas para entendê-la e nenhuma ainda foi capaz de apresentar uma resposta unânime, pois com constantes mudanças tanto organizacionais quanto pessoais os estímulos que hoje motivam um indivíduo, podem não ser os mesmos em outro momento.

O estudo motivacional nas organizações ganha espaço neste cenário como uma estratégia competitiva, tendo em vista que pessoas motivadas exercem melhor suas funções e com entusiasmo, o que reflete conseqüentemente em sua produtividade.

Em qualquer ambiente é necessário que as pessoas se sintam motivadas para colaborar e produzir, mas motivar alguém não é fácil, pois cada ser humano é diferente do outro.

Existem várias maneiras de motivar o funcionário seja por meio de gratificação,

aumento de salário, ambiente saudável e organizado, reconhecimento, gestos cordiais de agradecimentos, brindes, perspectivas de crescer dentro da empresa, dentre outros. Uma empresa que investe em seu pessoal e tenta de todas as maneiras motivá-los terá um quadro de funcionários produtivos.

Com o objetivo de verificar a importância da motivação humana no ambiente organizacional, desenvolveu-se o presente estudo de caso na empresa denominada “Empresa X”, com o intuito de identificar se os colaboradores da referida empresa estariam motivados ou não, o que possibilitou ao fim desse trabalho apresentar possíveis melhorias na gestão do fator mais importante existente dentro das organizações, o fator humano.

Durante a realização desse estudo verificou-se que a organização, possui colaboradores insatisfeitos, que se encontram motivados pela remuneração mensal recebida pelas suas atividades, visto que não se sentem reconhecidos dentro da organização.

Diante do exposto buscou-se identificar e oferecer meios que possam auxiliar a organização a mudar seu quadro funcional de colaboradores, de um perfil de insatisfeitos, motivados apenas pelo fator salarial, para um perfil de colaboradores satisfeitos e motivados não por um, mas por diversos outros fatores, para que desta forma tanto a empresa quando seus colaboradores sintam que suas necessidades estão sendo atendidas dentro do âmbito organizacional. Com o intuito de colaborar com a empresa, recomenda-se como possíveis melhorias:

- Estimular o trabalho em equipe como forma de incentivar o relacionamento interpessoal entre os colaboradores;
- Promover dinâmicas grupais, assim como oferecer cursos motivacionais e palestras;
- Desenvolver medidas que aproximem os colaboradores de seus superiores, incentivando o compartilhamento de ideias e possíveis melhorias para que o colaborador se sinta respeitado e valorizado diante da organização;
- Realizar reuniões, nas quais o colaborador se sinta à vontade para apontar suas dificuldades, o que em contrapartida pode ser usado pelos gestores como uma forma de detectar falhas e solucionar problemas que podem não ser visto por eles;
- Desenvolver medidas de valorização dos colaboradores seja por meio de bonificações, assim como por concessão de títulos, como, por exemplo, funcionário do mês.

Outras questões correlatas à motivação podem também ser abordadas em pesquisas futuras, buscando adensar a compreensão do tema.

REFEFÊNCIA

AZZI, A. e BARDAGI, M. **A avaliação motivacional de funcionários de uma empresa de serviços assistenciais em saúde.** Porto Alegre: 2009.

BERGAMINI, C. **Liderança: administração do sentido.** 1ª ed. Atlas. São Paulo, 1994.

BORTOLOZO, A. e SANTANA, D. **Qualidade de vida no trabalho: os fatores que melhoram a qualidade de vida no trabalho.** 1. Simpósio Nacional de Iniciação Científica, 2011.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações.** 9. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

_____. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 3. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DRUCKER, P. **Administrando em tempos de grandes mudanças.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

KOTLER, P. e KELLER, K. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4.ed.-SãoPaulo:Atlas,2002.

LAKATOS, E. e MARCONI, M. **Fundamentos da metodologia científica.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LUZ, R. **Gestão do clima organizacional.** Rio de Janeiro. Qualitymark, 2005.

SUMARIVA, A. e OURIQUES, M. **Qualidade de vida ocupacional dos profissionais de educação física que atuam nas academias de Blumenau SC nas modalidades de musculação e ginástica.** Blumenau, 2010.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2ª Ed. Porto Alegre. Editora: Bookmam. 2001

SOBRE O ORGANIZADOR

Willian Douglas Guilherme - Pós-Doutor em Educação, historiador e pedagogo. Professor Adjunto da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: williandouglas@uft.edu.br

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-269-2

