

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TRAJANO CAMARGO
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CARLIENE CRISTINA OLIVEIRA DA SILVA
CHRISTOFER GUSTAVO DA SILVA VILIARES
MATHEUS HENRIQUE CAMARGO ANZOLIN**

**MOTIVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS
MOTIVACIONAIS NO AMBIENTE DE TRABALHO**

LIMEIRA-SP

2021

**CARLIENE CRISTINA OLIVEIRA DA SILVA
CHRISTOFER GUSTAVO DA SILVA VILIARES
MATHEUS HENRIQUE CAMARGO ANZOLIN**

**MOTIVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS
MOTIVACIONAIS NO AMBIENTE DE TRABALHO**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado a Banca examinadora, como exigência parcial para a obtenção de título de Técnico em Administração, da Escola Técnica Trajano Camargo de Limeira, sob a orientação do Prof. Carlos Schmidt.

**LIMEIRA-SP
2021**

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, que sempre nos ilumina e nos guia em nossa jornada diária.

Aos nossos pais pela compreensão e apoio nos momentos de dificuldade na elaboração deste trabalho.

Aos nossos colegas que no decorrer do curso, muito tem contribuído com sua sabedoria para nosso enriquecimento intelectual.

Ao corpo docente da Etec Trajano Camargo, que grandiosamente, nos enriquece com suas ideias e experiências, a fim de nos manter conectados ao mundo contemporâneo, nos ensinando a evoluir e no amadurecimento de nossas ideias.

À nossa dedicação, inspiração e união de cada um na idealização desta premissa.

E em especial, gostaríamos de deixar um forte abraço a todos de certa forma, contribuíram de maneira positiva nos mostrando o quão se faz necessário a busca incessante pelo saber

RESUMO

O desenvolvimento deste trabalho se baseia, sobretudo, em um estudo sobre os aspectos motivacionais que influenciam no comportamento do colaborador no ambiente de trabalho. A ideia central está em analisar os principais fatores e teorias sobre a motivação. Foram utilizados nesta pesquisa conceitos acerca da história e evolução do tema, cada vez mais explorado pelas empresas na busca de profissionais satisfeitos, produtivos e a busca incessante na redução dos índices de *turnover* e absenteísmo, principais ofensores das equipes de qualquer organização. Será possível avaliar por meio desta pesquisa exploratória, como a influência do ambiente do trabalho pode interferir nas ações do colaborador. Com base das teorias de Maslow e outras descobertas sobre o assunto, será possível levantar hipóteses e identificar fatores motivacionais que influenciam as pessoas para a obtenção de soluções e ações que visem minimizar impactos indesejados no fluxo produtivo para manter a produtividade e a saúde financeira da empresa.

Palavras-chave: Motivação; Teorias da motivação; Pirâmide de Maslow; Fatores motivacionais.

ABSTRACT

The development of this work is based, above all, on a study on the motivational aspects that influence the behavior of the employee at the work environment. The central idea is to analyze the main factors and theories about motivation. Concepts about the history and evolution of the theme were studied in this research, increasingly explored by companies in the search for satisfied, productive professionals and the incessant search to reduce turnover and absenteeism rates, the main problems of any organization. It will be possible to evaluate through this exploratory research how the influence of the work environment can interfere in the employee's actions. Based on Maslow's theories and other findings on the subject, it will be possible to raise hypotheses and identify motivational factors that influence people to obtain solutions and actions to minimize unwanted impacts on the productive flow to maintain the productivity and financial health of the company.

Keywords: Motivation; Motivation theories; Maslow Pyramid; Motivational factors.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1. Objetivo Geral	6
1.2. Justificativa.....	6
1.3. Metodologia.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1. Histórico sobre a Motivação	8
2.2. Conceito de Motivação.....	8
2.3. As Principais Teorias Motivacionais.....	9
2.4. Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow	9
2.5. Aspectos Motivacionais no Trabalho.....	10
2.6. Motivação Intrínseca e Extrínseca	11
2.7. Ferramentas de Gestão Motivacionais.....	12
2.8. <i>Turnover</i> e Absenteísmo	12
2.9. Papel do Líder	13
2.10. Treinamento: Conceito, objetivo e a influência do conteúdo no comportamento organizacional	14
3. RESULTADOS E DISCUSSÕES	15
3.1. Dimensionamento de recursos necessários para a execução do projeto	15
3.2. Análise de Dados	16
4. CONCLUSÃO.....	24
5. REFERÊNCIAS	26
ANEXOS	29

1. INTRODUÇÃO

Devido ao crescente número de pessoas que mudam de emprego é imprescindível que as empresas utilizem métodos para motivar seus colaboradores a permanecerem nas organizações, assim como incentivar que estes tenham um melhor desempenho nas tarefas exercidas, na produtividade e conseqüentemente, resgatar nestes colaboradores a autoconfiança, autoestima e o foco nas atribuições, que de fato, são características que influenciam cada membro da equipe e objetiva que o indivíduo faça uma auto análise de maneira positiva e adote um comportamento proativo em suas rotinas de trabalho.

1.1. Objetivo Geral

Descobrir os fatores que motivam os colaboradores dentro de uma empresa e verificar as práticas para a redução do *turnover* e absenteísmo.

1.2. Justificativa

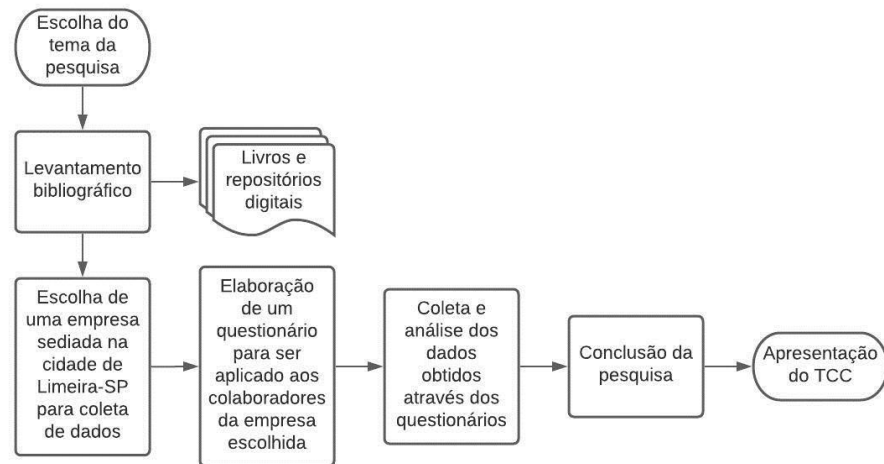
Se baseia, sobretudo, em estudar os aspectos motivacionais que influenciam o comportamento do colaborador no ambiente de trabalho. A importância de se refletir sobre o assunto, está em explorar como esses aspectos comportamentais podem minimizar os índices de *turnover* e absenteísmo, além de aumentar o desempenho da produtividade.

1.3. Metodologia

Trata-se de uma pesquisa exploratória. Segundo GIL (2002, p.41): “estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”.

Podemos observar no fluxograma abaixo a metodologia utilizada na elaboração desta pesquisa:

Figura 1 – Processo da Pesquisa



Fonte: elaborado pelos autores.

O levantamento bibliográfico em livros e repositórios digitais terá a finalidade de coletar informações sobre os métodos de motivação realizado pelas empresas usando como base a Pirâmide de Maslow.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Histórico sobre a Motivação

De acordo com Mafra e Silva (2019) a evolução da motivação e os incentivos motivacionais se davam por meio de recompensas onerosas em decorrência as atividades devolvidas no âmbito do trabalho. Com isso, o trabalhador era estimulado a desenvolver suas atividades por meio de esforços individuais com intuito de obter ganhos maiores, além disso o autor ressalta que os aspectos motivacionais eram baseados em fundamentações teóricas. Em teorias mais antigas o embasamento estava nos esforços do trabalhador, com ênfase na sua produtividade, funções e organização do trabalho.

As autoras, esclarecem que os primeiros aspectos motivacionais se deram mediante a teoria das relações humanas, por *Elton Mayo*, que explica que as gratificações onerosas deixaram de ser primordiais e os olhares estavam para as pessoas de dentro da companhia. Em 1927, Mayo, realizou um estudo, denominado de: *Hawthorne*, sendo o pioneiro da época, com objetivo de avaliar o comportamento humano dos operários da fábrica *Western Electric Company*, sobre a influência da iluminação do ambiente em relação a produtividade de cada operário da empresa.

Mafra e Silva (2019), afirmam que o experimento de Elton Mayo, foi incorporado a outras questões, como por exemplo: A estafa, acidentes de trabalho, o turnover (rotatividade de pessoal), e com isso o estudo influenciou nas ações dos operários, com destaque para o acompanhamento na execução das funções e a importância da integralização do convívio interpessoal.

2.2. Conceito de Motivação

A motivação pode ser compreendida como as ações que movem e estimulam o comportamento do ser humano.

Para Chiavenato (2003, p.139) “a motivação se refere ao comportamento que é causado por necessidades de dentro do indivíduo e que é dirigido em direção aos objetivos que podem satisfazer essas necessidades.”

Segundo Bergue (2010) as necessidades que motivam o ser humano se diferem entre cada indivíduo e podem estar relacionadas a algo qualitativo ou quantitativo.

De acordo com o contexto, é importante conhecer e compreender quais são essas necessidades e desejos que induzem as ações do ser humano e com isso, seja possível, escolher e utilizar os melhores métodos motivacionais dentro de uma organização.

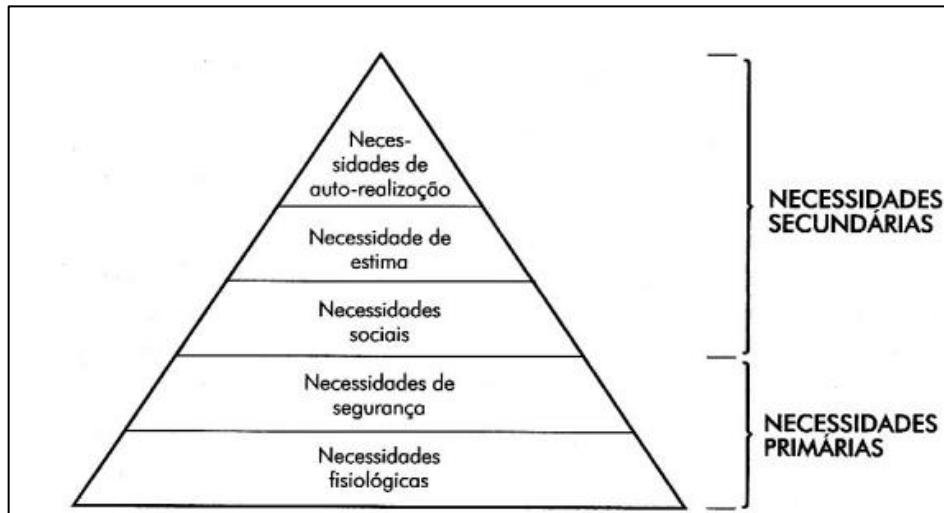
2.3. As Principais Teorias Motivacionais

Para Correa (2013) os indivíduos que fazem parte das corporações, podem ser eficazmente influenciados por outros motivos, além de recompensas onerosas e/ou salários pela execução das tarefas propostas. O autor ressalta que na década de cinquenta, pesquisas sobre as influências motivacionais ganharam forte influência, e com isso ocorreu o surgimento e a propagação de várias teorias sobre a motivação, como por exemplo: A teoria da Hierarquia das Necessidades de *Abraham Maslow*; Teoria X e Teoria Y de Douglas *McGregor* e a Teoria dos Fatores Higiênicos e Motivacionais de *Frederick Herzberg*.

2.4. Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow

Segundo Correa (2013) para Maslow, pessoas são influenciadas a tomarem tais condutas a fim de atingirem seus desejos. Sendo, portanto, algumas mais influentes do que outras. Maslow, desenvolveu uma pirâmide com classificação das necessidades por ordem decrescente, por grau de importância partindo da base até o vértice da pirâmide. A figura 2 apresenta a hierarquia das necessidades, impostas por Abraham Maslow:

Figura 2 – Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow



Fonte: MARTINS, 2016.

Martins (2016) explica que os dois primeiros níveis da pirâmide apontam as necessidades primárias básicas para que o indivíduo consiga sobreviver, além de segurança e do bem-estar. As secundárias, evidenciam as questões emocionais e intelectuais. O autor explica que na ponta da pirâmide, evidencia que o indivíduo está atingindo ou já atingiu a necessidade de autorrealização. Ou seja, é necessário que haja a quebra de crenças. Martins (2016) ressalta que neste nível da pirâmide, trata-se de necessidades bastante desafiadoras e exigem da instituição, que seja explanado projetos de maior complexidade para que o indivíduo esteja de fato, motivado, e não perca a motivação tendo atingido o topo da pirâmide das hierarquias de *Abraham Maslow*.

2.5. Aspectos Motivacionais no Trabalho

Um colaborador quando se sente motivado dentro do ambiente de trabalho pode ter um aumento da sua produtividade gerando assim um grande benefício e lucro para a empresa onde ele atua.

“Os funcionários precisam de mais motivos para trabalhar, para se empenhar, e um bom administrador precisa perceber como trabalhar a motivação de cada colaborador, com a finalidade de promover um ambiente que favoreça o crescimento do funcionário e da organização”. (GRANJEIA, 2014, p.16).

A motivação dentro de uma organização não está relacionada apenas a boa remuneração do colaborador, é importante que haja um ambiente de trabalho mais agradável e saudável, premiações e planos de carreiras que também são bons fatores para manter um funcionário motivado.

“As práticas motivacionais compreendem todos os tipos de incentivos e recompensas que as organizações oferecem a seus empregados na tentativa de conseguir o desempenho que possibilite a realização de seus objetivos. [...] abrangem desde os elogios e desafios propostos pelos gerentes até a participação dos funcionários no processo decisório, nos lucros ou na propriedade da empresa, passando por benefícios, prêmios, programas de enriquecimento do trabalho e planos de carreira.” (VILELA, 2010, p. 28).

As empresas devem estudar quais os melhores métodos motivacionais para usar com seus colaboradores assim possibilitando que estes se sintam mais engajados e motivados no ambiente de trabalho.

2.6. Motivação Intrínseca e Extrínseca

A motivação pode trazer uma abordagem intrínseca e extrínseca. Segundo Boruchovitch e Neves (2004) trata-se de motivação intrínseca a propensão natural dos indivíduos onde é buscado novos desafios e inovações em suas atividades. As ações são realizadas por gosto próprio, gerando assim, uma satisfação mais harmônica.

Essa motivação não se conecta a benefícios externos, mas sim autocontrole e autonomia do próprio indivíduo, atrelando-se com valores e desejos internos, que estimulam o bem-estar do mesmo, gerando um bom desenvolvimento nas atividades que está colocando em prática.

Para Tous e Amorós (2007) a motivação extrínseca está direcionada à oferta de recompensas e que não depende apenas da própria tarefa a ser realizada, mas também de fatores externos como benefícios e o ambiente onde o indivíduo está inserido.

Conforme Bzuneck (2009) essa motivação pode fazer com que o indivíduo possa demonstrar o desenvolvimento de competências, mas direcionado acolher comandos ou pressões de pessoas ou ambiente, tendo assim aspectos tanto positivos quanto negativos no longo prazo.

2.7. Ferramentas de Gestão Motivacionais

Na atualidade, as transformações na gestão de pessoas fazem com que as instituições comecem a aprimorar sua base e elaborar novas estratégias visando os melhores resultados dentro do mercado onde estão inseridas. Nesse contexto, a motivação dos indivíduos e a gestão motivacional humana se torna um dos fatores primordiais para a geração de valores e resultados no longo prazo.

A clareza nas informações e otimização dos processos faz com que os indivíduos se sintam presentes e por dentro dos resultados, gerando assim um aumento no grau de motivação.

De acordo com Paes (2011) podem ser citadas como ferramentas de gestão motivacional as etapas de vivência do funcionário dentro do ambiente de trabalho desde o recrutamento e seleção até o plano de cargos e salários, treinamento/desenvolvimento e a integração entre pessoas e a organização.

Cada aspecto traz consigo um alto teor de comunicação, então junto as partes administrativas, é importante a ênfase nos incentivos e benefícios para o funcionário, juntamente entender que o que motiva alguns, não vai necessariamente motivar outros, gerando a necessidade da instituição buscar conhecer o funcionário, identificando suas necessidades, e respeitar seu processo de desenvolvimento contínuo de acordo com a cultura da organização.

2.8. Turnover e Absenteísmo

Segundo Almeida et al (2015, p. 2) “o absenteísmo provoca diminuição da produtividade, redução da qualidade do serviço, e redução da eficiência ao trabalho”.

As organizações devem buscar os melhores métodos de motivação e engajamento para seus colaboradores a fim de evitar o absenteísmo, ou seja, fazer com estes funcionários não criem o hábito de atrasar, se ausentar ou até mesmo faltar ao trabalho inúmeras vezes sem um motivo justo.

De acordo com Silveira (2011) o termo *turnover* define os movimentos de entrada e saída dos funcionários de determinada empresa, seja por decisão do empregador ou até mesmo do empregado. Em português, podemos utilizar o termo rotatividade.

A rotatividade de colaboradores dentro de uma empresa é algo que os gestores e responsáveis pelo setor de Recursos Humanos devem se atentar, pois uma grande troca de funcionários em um determinado tempo e o treinamento de novos colaboradores gera um custo para essa empresa.

“O alto turnover é sinônimo de perda de produtividade, de lucratividade e de saúde organizacional. Impacta na motivação das pessoas, no comprometimento, o que acaba gerando mais absenteísmo, improdutividade, mais rotatividade, interferindo na credibilidade junto aos clientes”.(BASTOS, 2008, p.8).

Para evitar essa alta rotatividade é importante uma boa gestão e bons processos de seleção e recrutamento, onde os colaboradores selecionados sejam aptos e capacitados para o cargo exigido.

2.9. Papel do líder

Hunter (2004) diz que a liderança é a aptidão ao influenciar a forma de pensar e agir de outros indivíduos. Para o mesmo, o líder deve ser compreensivo, para que consiga o foco e total de seus liderados.

Segundo Carneiro (2019), o líder é uma pessoa responsável por influenciar de forma positiva o comportamento e a maneira de pensar de outros indivíduos, ou seja, um indivíduo que ajuda pessoas a conseguirem alcançar resultados satisfatórios, colhendo o melhor de cada um.

É visível como o líder desde conceitos mais antigos até os mais atuais representa um papel de muito impacto e de importância nas relações entre pessoas em ambientes de trabalho. Os tipos de liderança moldam o aprendizado e a transferência de informação, a disciplina faz com que o colaborador consiga ter um excelente desenvolvimento no longo prazo, e uma liderança firme auxilia ainda mais para o bem-estar dos liderados.

2.10. Treinamento: Conceito, objetivo e a influência do conteúdo no comportamento organizacional

De acordo, com Chiavenato (2009), o treinamento compõe num ato de lapidar e adequar o indivíduo para determinados cargos ou funções.

O autor ressalta que o treinamento, se trata de um processo que objetiva a curto prazo e de maneira organizada, transmitir conhecimentos, habilidades e competências de acordo com o esperado em funções determinadas. Além disso, é possível atingir o desenvolvimento e/ou aprimoramento de habilidades e competências até então desconhecidas pelo indivíduo. O treinamento é visto como o responsável pelo atingimento das metas da organização, possibilitando ao funcionário, seja ele de qualquer departamento, a obtenção de práticas e condutas necessárias para realização das tarefas com segurança e comprometimento.

Chiavenato (2009), cita alguns tipos de mudança de comportamento, mediante aplicação do treinamento, com destaque para:

- a)** Desenvolvimento de habilidades – Está relacionado ao cargo ou atividades que deveram ser desenvolvidas, bem como, possíveis oportunidades futuras.

- b)** Desenvolvimento e/ou modificação de atitudes – Ou seja, de fato se identifica a alteração de condutas negativas para condutas mais benéficas, por exemplo: No que diz respeito das relações interpessoais, aumento da motivação e até mesmo, melhor identificação dos gestores em relação as reações das pessoas. Beneficia agregar novas práticas em relação a clientes, no caso de consultores de vendas etc.

- c)** Desenvolvimento de conceitos – Eleva o nível de ideias para aplicação do conceito nas rotinas administrativas, como por exemplo: Gerencia, desenvolver a visão sistêmica dos processos em que estão inseridos;

- d)** Desenvolvimento de um ambiente empresarial mais eficaz – Ou seja, desenvolver a motivação entre o time e facilitar a interação das técnicas que deverão ser adotadas no processo ou departamento;

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1. Dimensionamento de recursos necessários para a execução do projeto

a) Aspectos Financeiros:

Para análise dos Aspectos Financeiros, foi realizado levantamento de custos do projeto, no caso de venda de palestras para outras instituições estimam-se valores entre R\$ 10.000,00 à R\$ 20.000,00, para desenvolvimento e aplicação das técnicas motivacionais, levando-se em consideração o tempo de aplicação, estadias em hotéis e alimentação dos consultores, bem como, equipamentos utilizados como: tendas, telões e iluminação.

O valor poderá ser variável de acordo com a contratação e as cláusulas contratuais. No caso da empresa em estudo, o valor entra na questão dos indicadores e apontamentos de horas improdutivoas, ou seja, fora da operação para aplicação do treinamento e/ou palestra. No caso da empresa de teleatendimento, o tempo disponibilizado para aplicações das palestras, se dará por meio da área de planejamento, o chamado: “*COMANDPOST*”, que iria verificar a limitação do tempo, a fim de não impactar os processos para o treinamento dos líderes para as palestras e/ou treinamentos das lideranças e operadores.

b) Aspectos Técnicos:

Nesse contexto, seria utilizado para o compartilhamento dos treinamentos ou palestras a disponibilização de mídias áudio visuais, que seriam disseminadas na intranet da companhia, Pdf(s), Interativos, palestras motivacionais sobre a comunicação interpessoal da liderança e dos liderados e um breve relato sobre a aplicação e os impactos da inteligência emocional, também aplicadas nas salas de reuniões ou anfiteatros. Impressões do material para anotações, microfones, caixas de som e ponto auricular para informações advindas da equipe de planejamento do evento, juntos aos consultores/palestrantes, aluguel de salas de auditório para recepcionar o público, tendas, telões e iluminação, utilização de data Show e distribuição de brindes: Canetas personalizadas e no final CoffeBreak.

c) Aspectos Econômicos:

Em relação aos aspectos econômicos, será possível avaliar, que a aplicação do treinamento e palestras motivacionais, são bastante promissoras, já que impulsionam os colaboradores. E conseqüentemente, o valor do investimento das partes interessadas em nossos treinamentos, será muito maior do que as despesas para aplicação das práticas motivacionais. Alguns exemplos de benefícios da capacitação das pessoas:

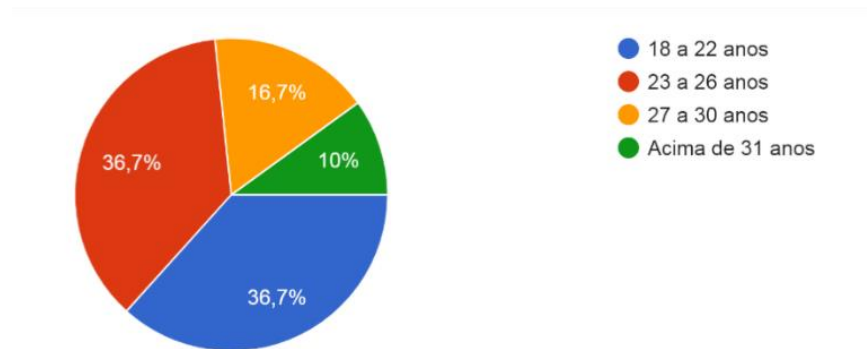
- Atração e retenção de talentos;
- Disseminação da criatividade e da inovação;
- Motiva e engaja a equipe;
- Aumento na produtividade.

d) Aspectos Sociais:

Haverá impactos positivos em relação a forma de se comunicar com as pessoas. No caso da empresa de teleatendimento, a abordagem junto ao cliente, poderá ser mais benéfica rumo ao atendimento de excelência onde o operador ou funcionário de qualquer empresa estando em contato com o público, proporcionará: acolhimento, confiança e fidelidade para entender a real necessidade de cada cliente, o tratando como único.

3.2. Análise de Dados – Pesquisa de Campo realizada na empresa “Y de Teleatendimento” localizada na cidade de Limeira, SP.

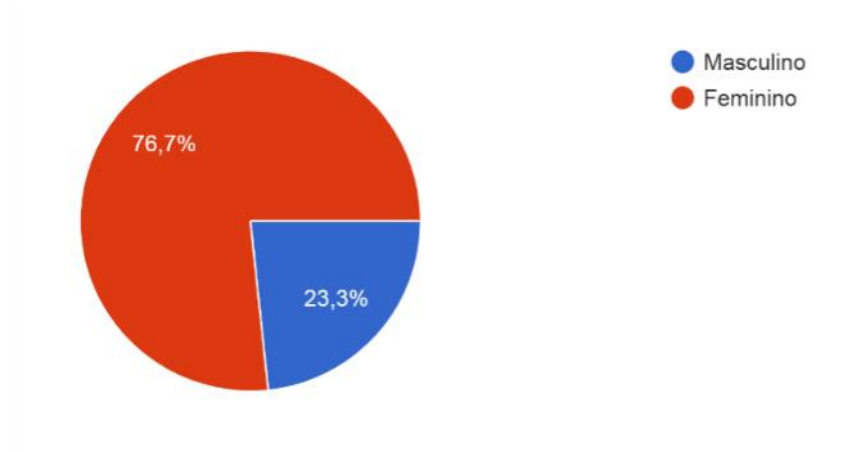
Figura 3 - Faixa etária.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir dos dados coletados foi possível constatar uma igualdade referente as idades de 18 a 22 anos (em azul) e 23 a 26 anos.

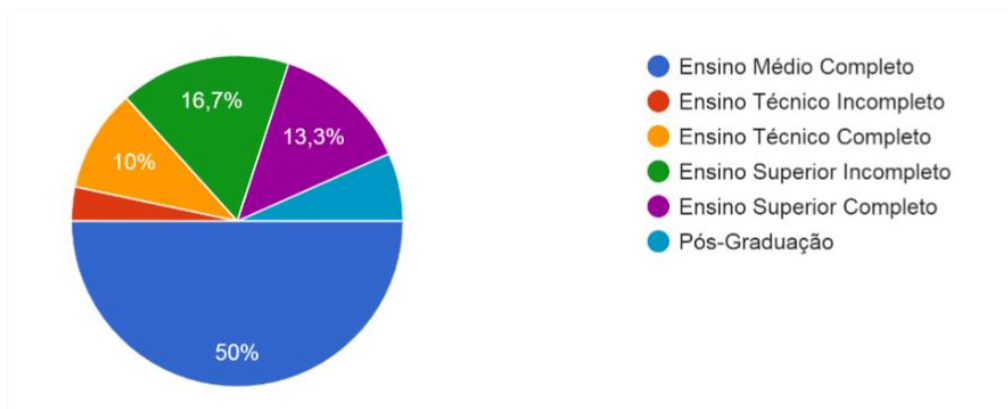
Figura 4 – Gênero.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Nessa mesma pesquisa foi indicado a presença maior do público feminino com 76,7% das respostas obtidas.

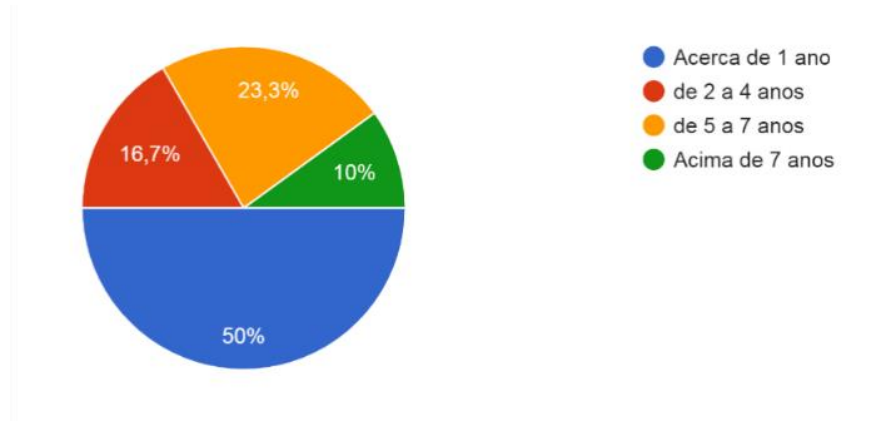
Figura 5 – Escolaridade.



Fonte: Elaborado pelos autores.

É possível observar que 50% dos entrevistados possuem ensino médio completo, 16,7% possuem o Ensino Superior Incompleto e 13,3% o Superior Completo.

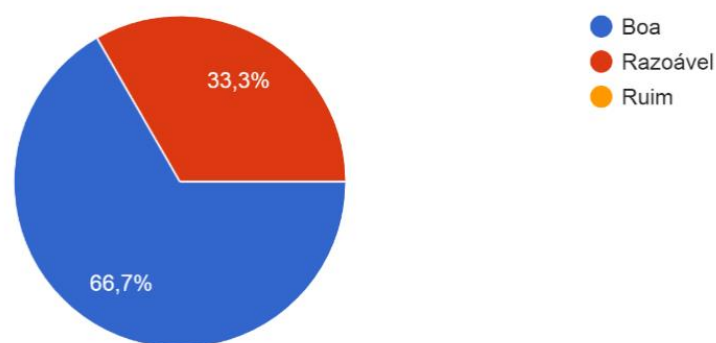
Figura 6 - Tempo que trabalha na empresa.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Metade dos entrevistados atuam acerca de 1 ano na empresa, seguindo o pessoal com 23,3% atuando entre 5 a 7 anos.

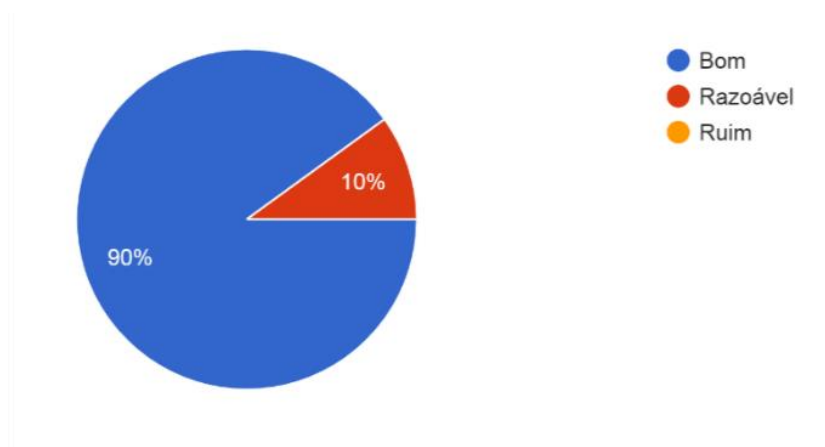
Figura 7 - Como você avalia a comunicação dos superiores com os colaboradores?



Fonte: Elaborado pelos autores.

A comunicação dos colaboradores com a supervisão é avaliada de forma positiva com 66,7% dos entrevistados, realçando a existência de uma relação harmônica entre ambos.

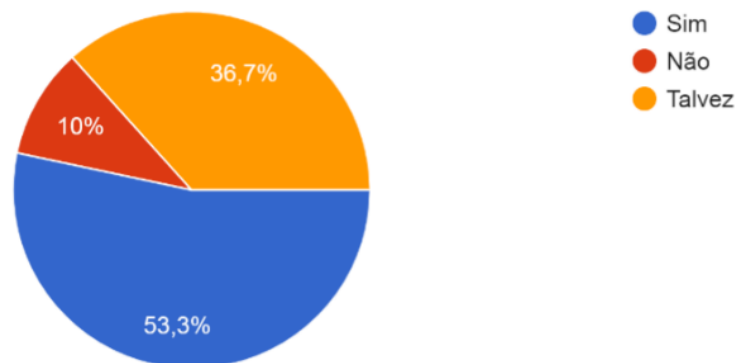
Figura 8 - Como você considera seu relacionamento com os superiores diretos e colegas de trabalho?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Diante das informações obtidas, de forma quase unânime cerca de 90% dos entrevistados consideraram ter um bom relacionamento com seus superiores diretos.

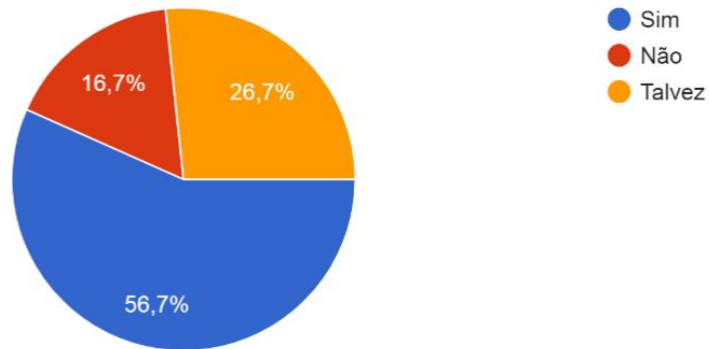
Figura 9 - Você é reconhecido pelo trabalho que executa?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Foi analisado que mais de 50% dos entrevistados alegaram ter algum reconhecimento pelos trabalhos executados.

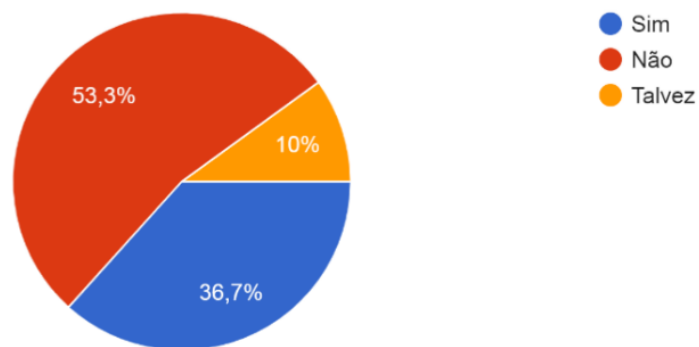
Figura 10 - Você está satisfeito com seu cargo atual?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados apontam que mais de 50% das pessoas se consideram satisfeitas em seus cargos atuais, enquanto mais de 40% não consideram totalmente satisfeitas ou não possuem uma opinião formada sobre o assunto.

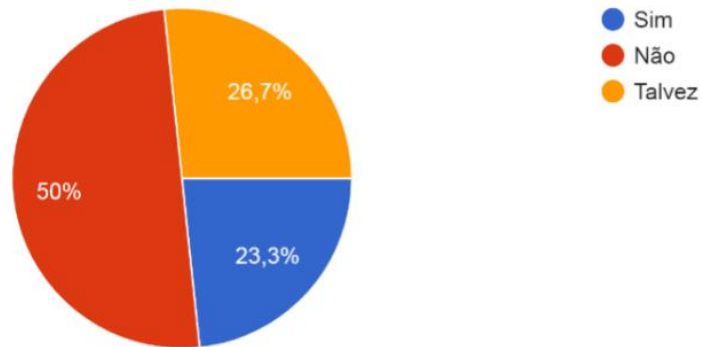
Figura 11 - Você está satisfeito com seu salário?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Fica visível a forma como mais de 50% dos entrevistados não estão satisfeitos com seus salários atuais.

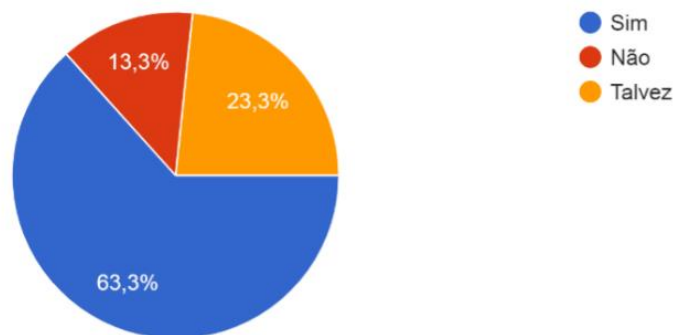
Figura 12 - Você se sente realizado profissionalmente?



Fonte: Elaborado pelos autores.

É possível observar que 50% dos colaboradores entrevistados buscam uma evolução para que a longo prazo possam se sentir satisfeitos profissionalmente.

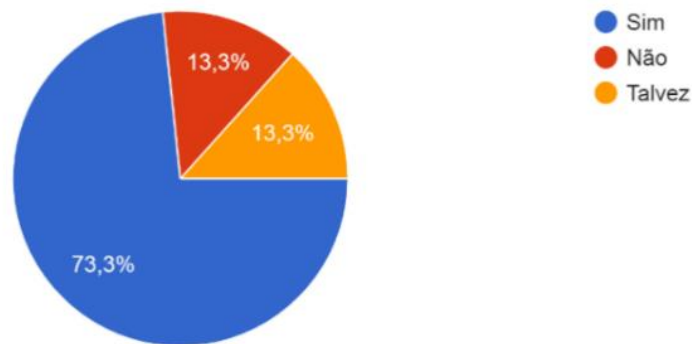
Figura 13 - Você se sente satisfeito com o feedback que recebe em relação ao seu trabalho?



Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa deixou explícito que mais de 60% dos entrevistados sentem satisfeitos com os feedbacks recebidos, realçando a importância da comunicação e do relacionamento interpessoal.

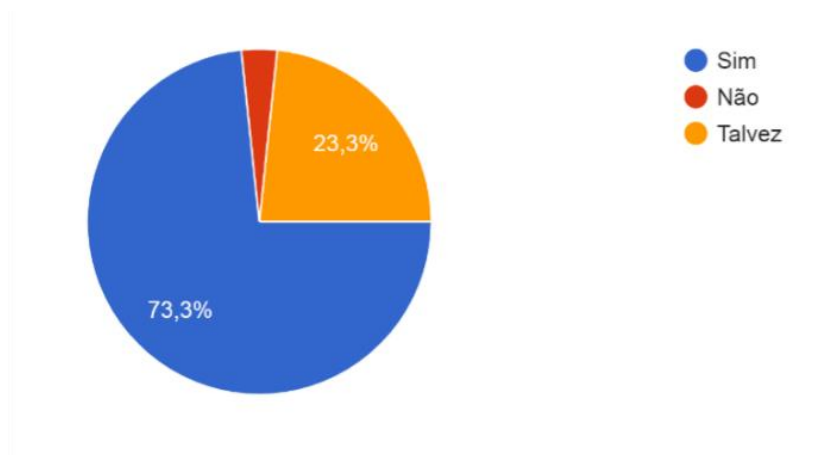
Figura 14 - Você acredita na oportunidade de crescimento dentro da empresa?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Aproximadamente 74% dos indivíduos acreditam no desenvolvimento intelectual e no crescimento profissional dentro do ambiente onde atuam.

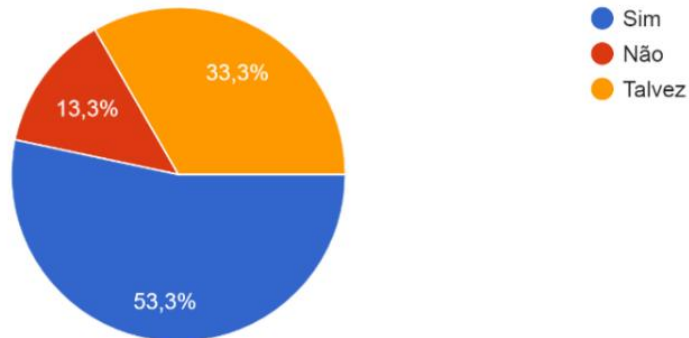
Figura 15 - Você se sente apto para assumir maiores desafios ou mais responsabilidades?



Fonte: Elaborado pelos autores.

De forma geral, mais de 70% dos entrevistados se sentem aptos para assumir novos cargos e responsabilidades.

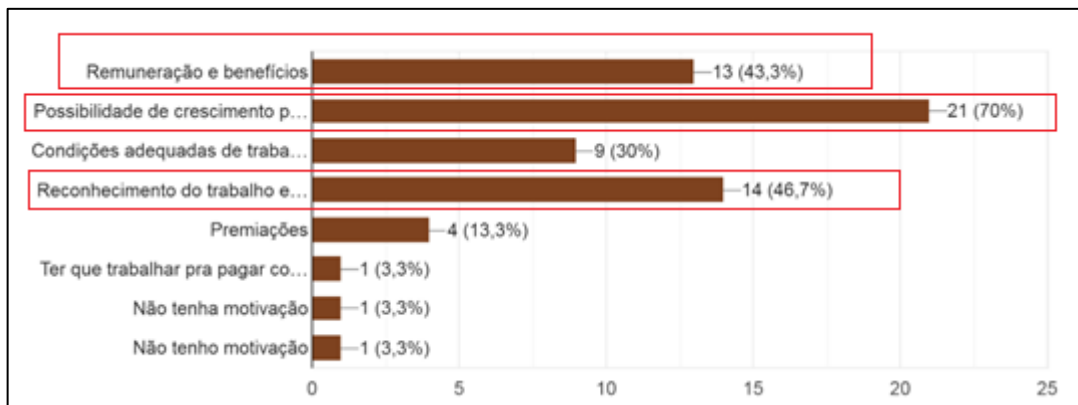
Figura 16 - Você gostaria de trabalhar em outro departamento da empresa?



Fonte: Elaborado pelos autores.

É nítido como mais de 50% dos entrevistados apresentam o desejo de poder trabalhar em outros departamentos.

Figura 17 - O que mais o motiva no ambiente de trabalho? (Marque até 3 opções).



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em análise foi possível observar que entre os aspectos motivacionais mais relevantes foram destacados três principais: Possibilidade de crescimento profissional com cerca de 70% das respostas, reconhecimento do trabalho executado com cerca de 46,7% e por último a remuneração e benefícios com 43,3%.

De acordo com Chiavenato (2009), a motivação surge a partir de um princípio necessário e com isso provoca ação nas pessoas. Em relação aos dados acima, foi possível diagnosticar que dentre os principais aspectos motivacionais avaliados na empresa de Teleatendimento.

4. CONCLUSÃO

Essa premissa teve como objetivo geral apresentar ideias por meio dados coletados mediante a pesquisa de campo realizada em uma empresa localizada na cidade de Limeira, interior do estado de São Paulo do ramo de teleatendimento. A ideia foi a de identificar os principais aspectos motivacionais que de fato influenciam no comportamento do colaborador e na busca de soluções para minimizar os impactos negativos causados pelos ofensores da produtividade: o *turnover* e o absenteísmo, a fim de, atingir melhores resultados.

Por meio desta pesquisa exploratória, foi possível avaliar que as discussões acerca dos aspectos motivacionais, quando de fato, bem disseminadas e gerenciadas pelas lideranças, exercem papel fundamental para um bom fluxo operacional. Afinal, entendemos que liderar e motivar, são vertentes inspiradoras para manter a qualidade no trabalho e a permanência do capital humano, ou seja, como sendo um dos “bens mais preciosos” que uma organização pode conter. Evidentemente, um colaborador motivado pode apresentar melhoras bastante significativas, seja em sua autoestima, como na execução das tarefas de maneira mais proativa e com senso de urgência. Uma empresa que não possui um time empenhado e motivado, conseqüentemente, poderá estar deixando de explorar ao máximo a capacidade que cada um traz consigo, para contribuir e alavancar de maneira eficaz no crescimento do negócio e dessa forma, poderá estar abrindo espaço para ações da concorrência.

Pode se considerar que o colaborador de hoje não se contenta mais apenas com o salário para se ter foco e engajamento em suas atribuições (Serviço prestado), mas sim, deseja ser visto e valorizado de maneira positiva e não apenas como um “número”. Na teoria das relações humanas, conforme citada nesta monografia, por exemplo, foi a precursora em dar início a valorização do ser humano dentro das organizações, sendo este visto com outros olhos.

Por fim, subtende-se de que as empresas precisam gerenciar a motivação e praticá-las para o desenvolvimento de seus liderados de forma estratégica, com destaque na identificação de cada pessoa, por meio de planos e ações que envolvam a aplicação, como por exemplo: treinamentos, abordagens e palestras sobre temas como “a inteligência emocional”, reconhecimentos, promoções e até mesmo em

atribuições onde a pessoa possa ter a capacidade de tomar decisões, desenvolver sua criatividade e sentir que seu esforço está fazendo a diferença dentro da organização. A busca pela motivação do time, deve ser incessantemente analisada e cultivada, pois um trabalhador engajado e satisfeito, gera Capital Humano, ou seja, mais produtividade, clima organizacional favorável e mantem a saúde financeira do negócio.

5. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D. R. O. et al. **Causas e desvantagens do absenteísmo: o caso da Empresa Auto Center 24 horas em Porto Velho**. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 11., 2015, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: [s.n], 2015. p. 1-18. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_497_3.pdf. Acesso em: 17 maio 2021.

BASTOS, C. M. P. **Importância do planejamento, recrutamento e seleção na redução do turnover**. 2008. 35 f. Monografia (Especialização de Gestão de Recursos Humanos) – Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/C203596.pdf. Acesso em: 17 maio 2021.

BERGUE, S. T. **Comportamento organizacional**. [Brasília]: CAPES: UAB, 2010. 114 p. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145399/1/PNAP%20-%20GP%20-%20Comportamento%20Organizacional.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2021.

BORUCHOVITCH, E.; BZUNECK, J. A. (Org.). **A motivação do aluno: contribuições da psicologia contemporânea**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

BORUCHOVITCH, E.; NEVES, E. R. C. **A motivação de alunos no contexto da progressão continuada**, vol.20 n.1. jan./abr. 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010237722004000100010&lang=pt. Acesso em: 16 maio 2021.

CARNEIRO, Caio. **Enfodere-se**. São Paulo: Buzz Editora, 2019. 33 p.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 634 p. Disponível em: <https://profeltonorris.files.wordpress.com/2014/02/livro-teoria-geral-da-administrac3a7c3a3o.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. 9. ed. rev. E atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 528 p.

CORREA, H. L.; CORREA, C. A. **Administração de Produção e de operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176p. Disponível em: http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf. Acesso em: 25 mar. 2021.

GRANJEIA, P. R. **Motivação no ambiente organizacional**. 2014.27 f. TCC (Bacharelado em Administração) - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Fundação Educacional do Município de Assis. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1111391388.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

HUNTER, J. C. **O monge e o executivo: uma história sobre a essência da liderança**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004. 25 p.

MAFRA, B. R.; SILVA, C. D. O. **Motivação no trabalho: um estudo com os motoristas terceirizados do Tribunal de Justiça do Estado do Pará**. 2019. 54 f. TCC (Graduação em Administração) – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2019.

MARTINS, A. S. **Comparação da Motivação de Servidores Efetivos e Terceirizados no Instituto de Previdência do Município de Fortaleza**. 2016. 59 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/25320>. Acesso em: 18 maio 2021.

PAES, Kettle Duarte. **Gestão de pessoas**. Natal: EdUnP, 2011. 292 p. E-book.

SILVEIRA, C. C. **Análise de turnover na Química Brasil Ltda**. 2011. 58 f. TCC (Graduação em Administração) – Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/40447>. Acesso em: 17 maio 2021.

TODOROV, J. C.; MOREIRA, M. B. **O Conceito de Motivação na Psicologia**. Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 119-132, jun. 2005. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbtcc/v7n1/v7n1a12.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2021.

TOUS, C. M.; AMORÓS, M. M. Motivaciones para el estudio en universitarios. Universidad de las Islas Baleares. **Anales de psicología**, vol. 23, nº 1, jun. 2007.

VILELA, A. V. **A importância da motivação e sua influência no ambiente de trabalho**. 2010. 28 f. Monografia (Especialização em Gestão de Recursos Humanos) – Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/r200039.pdf. Acesso em: 14 maio 2021.

ANEXOS

Perguntas – Pesquisa de Campo.

1. Faixa etária.

- 18 a 22 anos.
- 23 a 26 anos.
- 27 a 30 anos.
- Acima de 31 anos.

2. Gênero.

- Masculino.
- Feminino.

3. Escolaridade.

- Ensino Médio Completo.
- Ensino Técnico Incompleto.
- Ensino Técnico Completo.
- Ensino Superior Incompleto.
- Ensino Superior Completo.
- Pós-Graduação.

4. Tempo que trabalha na empresa.

- Acerca de 1 ano.
- de 2 a 4 anos.
- de 5 a 7 anos.
- Acima de 7 anos.

5. Como você avalia a comunicação dos superiores com os colaboradores?

- Boa.
- Razoável.

- Ruim.

6. Como você considera seu relacionamento com os superiores diretos e colegas de trabalho?

- Bom.
- Razoável.
- Ruim.

7. Você é reconhecido pelo trabalho que executa?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

8. Você está satisfeito com seu cargo atual?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

9. Você está satisfeito com seu salário?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

10. Você se sente realizado profissionalmente?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

11. Você se sente satisfeito com o feedback que recebe em relação ao seu trabalho?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

12. Você acredita na oportunidade de crescimento dentro da empresa?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

13. Você se sente apto para assumir maiores desafios ou mais responsabilidades?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

14. Você gostaria de trabalhar em outro departamento da empresa?

- Sim.
- Não.
- Talvez.

15. O que mais o motiva no ambiente de trabalho? (Marque até 3 opções).

- Remuneração e benefícios.
- Possibilidade de crescimento profissional.
- Condições adequadas de trabalho.
- Reconhecimento do trabalho executado.
- Premiações.