



ConBRepro

X CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



02 a 04
de dezembro 2020

ANÁLISE DOS MÉTODOS DE MOTIVAÇÃO AO TRABALHADOR EM AMBIENTES CORPORATIVOS

Ygor Geann dos Santos Leite

Centro Universitário Fametro

Ana Lígia Silva Parente

Centro Universitário Fametro

Daiana Kelly Gomes de Andrade

Centro Universitário Fametro

Fabiana pinheiro de lima

Centro Universitário Fametro

Jordana Carvalho da Silva

Centro Universitário Fametro

Resumo: Destaca-se o fato de que manter um funcionário devidamente motivado não apenas implica em benefícios individuais a este trabalhador. Nos tempos atuais, uma empresa contar com colaboradores envolvidos e se dedicando aos seus objetivos é o que as diferencia da concorrência, lhes dando plena oportunidade de crescimento. Por anos, as empresas acreditavam que um bom salário era o suficiente para manter seus funcionários produtivos, mas nos dias de hoje é necessário que a organização esteja disposta a investir mais em diferentes técnicas de motivação. Sendo assim, o presente artigo busca explicar os diferentes métodos e estratégias que existem, visando o bem-estar dos funcionários para evolução das empresas. A Metodologia consistirá em estudo de campo estruturado com pesquisas mistas, além embasamento teórico de obras científicas recentes. Nesse contexto, apresenta-se dados de pesquisa, podendo haver diferenciação em cada técnica dependendo do espaço profissional em que esta for utilizada. É importante para o nicho empresarial que os trabalhadores de cada organização estivessem dispostos e satisfeitos a colaborar com suas equipes, assim podemos ter o crescimento neste já referido aspecto.

Palavras-chave: Crescimento, Satisfação, Reconhecimento e Metas.

ANALYSIS OF METHODS OF MOTIVATION TO WORKERS IN CORPORATE ENVIRONMENTS

Abstract: The fact about keeping an employee properly motivated does not only imply individual benefits to this worker. Nowadays, the companies with involved and dedicated employees to your objectives is what differentiates them from the competition, giving them full opportunity for growth. For years, companies believed that a good salary was enough to keep their employees productive, but actually is necessary the organizations willing to invest

more in different motivation techniques. Therefore, this article seeks to explain the different methods and strategies that exist, aiming at the well-being of employees for the evolution of companies. The Methodology will consist of a structured field study with mixed research, in addition to the theoretical basis of recent scientific works. In this context, research data is presented, and there may be differentiation in each technique depending on the professional space in which it is used. It's important for the business niche that the workers of each organization are willing and satisfied to collaborate with their teams, so we can have growth in this aspect.

Keywords: Growth, Satisfaction, Recognition and Goals.

1. Introdução

No atual momento, a sociedade vive em um regime capitalista. O fator de gerar dinheiro para que esse regime tenha suas engrenagens em pleno funcionamento é o que alimenta o mundo moderno e, para isso, todo indivíduo necessita de uma fonte de capital para se inserir como membro dessa sociedade.

Então baseado nesse sistema, temos diferentes maneiras de ganhar dinheiro, assim como também temos diferentes níveis de trabalho nestes setores. Geralmente quando falamos de uma empresa, temos que ressaltar que aquela corporação existe para gerar capital e alimentar financeiramente não só determinados indivíduos, mas toda uma sociedade em si.

Diante disso, é um fator indiscutível que apesar de existir inúmeras formas de ganho de capital, absolutamente em todo segmento de negócio irá existir algo chamado concorrência. As empresas geralmente buscam a melhor forma de obter lucros significativos, e o que as faz superar outras corporações são fatores extremamente individuais e flexíveis.

Os fatores para superação de lucro podem estar atrelados a qualidade do produto ou serviço, entrega satisfatória, menor prazo de atendimento e diversos outros fatores, mas o que os leva a possibilidade de obter tais recursos superiores? Muitas vezes – na maioria para ser mais específico – esses fatores são possíveis quando seus funcionários se empenham e estão mais dedicados a cumprir os objetivos de uma organização.

Uma vez que determinada organização não consegue ser capaz de manter uma equipe adequadamente motivada e por resultado produtiva, a qualidade de seu serviço e produtos indiscutível e inevitavelmente irá cair. Os resultados dessa queda são sempre alarmantes, visto que como citado anteriormente, o mercado empresarial se apresenta extremamente competitivo e nunca para, oferecendo seu nicho de clientes para uma próxima organização que atenda a demanda de forma mais rápida e qualitativa.

É óbvio que esses fatores prejudicam o ganho de capital de todos os envolvidos com sua organização, pois uma vez que a empresa é prejudicada a ponto de ser facilmente ultrapassada e desvalorizada, os reajustes financeiros obrigam o escalão da gerencia a adotar medidas negativas para economia e retenção de recursos financeiros, diminuindo a qualidade do ambiente de trabalho ainda mais e muitas vezes até cortes de números de funcionários.

Cabe então aos gestores de cada organização o trabalho de manter seus funcionários satisfeitos e confortáveis para que produzam e prestem os melhores tipos de serviço, desta forma o produto final apresentado pela empresa será de ótima qualidade, conquistando mais clientes e girando mais capital. Porém, o que parece ser uma lógica simples a princípio, pode ser extremamente o contrário. Vivemos em uma era tecnológica, bem no meio do fenômeno da globalização, todos os desafios empresariais sendo bem mais complexos, então é corrente que deve ocorrer um estudo sobre qual técnica de motivação se encaixa melhor em cada nicho de funcionários.

Em ciência dos fatos acima descritos, este presente artigo apresenta os métodos de motivação ao trabalhador em ambientes corporativos como um conjunto de ações visando afastar as organizações de áreas de risco empresarial, contendo estudos de revisão bibliográfica, além de pesquisa formal e realista entre trabalhadores de diferentes segmentos sobre os métodos de motivação.

É um fato inegável que a insatisfação encontrada nos funcionários dentro de muitas empresas está causando inúmeros malefícios a grandes, médias e pequenas empresas no ramo organizacional e comprometendo não apenas suas próprias organizações, mas toda uma engrenagem social que necessita destas organizações para se manter em pleno e saudável funcionamento.

Apontados então todas essas questões, este mesmo artigo busca mostrar visível, analisar e abrir debate sobre técnicas e métodos de incentivo e motivação aos funcionários de diversas empresas, mostrando prós, contras, malefícios e benefícios sobre cada técnica, além de suas possibilidades de sucesso na aplicação.

Pretende-se que ao fim deste trabalho, o mesmo sirva como meio de sanar dúvidas, consulta, suporte e mais do que estes, que sirva como base para novos estudos e interpretações voltadas a estas mesmas discussões abordadas.

2. Referencial teórico

2.1 Motivação no ambiente organizacional

Ao abordar o tópico de motivação no ambiente organizacional, devemos primeiramente estar cientes do que significa motivação. Cilene Marcelo et Al salienta que nem todos os conceitos e técnicas referentes a motivação são originados de profissionais psicólogos, já que motivação e atitude são leigamente ligados à traços do que chamamos de personalidade. Tendo este conceito previamente estabelecido como não correto, vamos analisar o que seriam motivações e atitudes, estes que são minimamente diferentes e que por muitas vezes confundem-se entre si.

A definição literal de motivação é um objetivo que impulsiona e leva certo indivíduo a agir de uma determinada maneira, sendo estes desejos intrínsecos. Ou seja, motivação é o que nos leva a atuar de maneira que nos traga ganhos e benefícios pessoais. Aplicado então ao ambiente corporativo, devemos analisar diversos pontos. Primeiramente, é inegável que cada trabalhador tem seus próprios objetivos ao ingressar em uma empresa e eles podem ser infinitamente diferentes de funcionário para funcionário, a grande questão ao saber disso, é que as corporações devem trabalhar para que seus objetivos e os objetivos de seu quadro de funcionários estejam interagindo e cooperando entre si.

Segundo Vanya e Mayara (2017), a motivação no ambiente organizacional tem três componentes principais que são: A direção de conduta, a força da resposta e a persistência do indivíduo. A direção de conduta é um termo autoexplicativo, está explicitando como o funcionário irá agir e reagir diante de certas alternativas, a força de resposta é sobre qual intensidade será sua reação e a persistência do indivíduo fala sobre o quanto este irá manter a reação estabelecida.

A primeira impressão que nos é passada após lermos os componentes acima é que formular teorias e táticas para aplica-los no ambiente organizacional de forma satisfatória é algo extremamente simples, mas esta não é a realidade. A grande dificuldade primordialmente encontrada é sobre quais teorias aplicar em específicos segmentos, pois existem incontáveis a nosso alcance e novas surgindo a cada dia. Após isso, a falta de possibilidades de adaptações e transformações nestes processos descritos nos métodos

causam certa confusão, afinal o que se deve fazer quando alguma margem para erro é encontrada? Lhes faltam caminhos alternativos que supram as fendas operacionais de sistema assim que elas aparecerem, afinal não se é cabível adotar técnicas que não serão concluídas e descartadas no meio do caminho.

Surge então a pergunta chave dos motivos que tornam o estudo sobre teorias de motivação algo tão importante em ambientes corporativos: Que ganho real a empresa terá após ter tanto trabalho nas análises da melhor teoria motivacional a ser aplicada? Segundo as pesquisas de Vanessa Dias e Josete Stocco (2015) é um fato comprovado que funcionários devidamente motivados tendem a proporcionar os melhores resultados para as instituições, pois como citado anteriormente, a troca de auxílios na obtenção de benefícios individuais – tanto para a funcionário quanto os individuais da organização – é o que caracteriza o fluxo de alcances satisfatórios de metas e objetivos.

2.2 Modelos de lideranças

Em toda instituição existem níveis de autoridade quando falamos sobre dar ordens e traçar objetivos nos projetos corporativos. Quanto mais alto o nível de autoridade, maiores são as quantidades de funcionários seguindo seus comandos e maior também é sua responsabilidade no sucesso dos projetos. Chamamos então de líderes aquelas pessoas encarregadas das tomadas de decisões e manutenção nos processos corporativos.

Para compreender a relação de um líder com o desempenho e qualidade da produtividade de uma empresa, devemos estar cientes sobre o que este deveria fazer. Segundo Rafael Bolduan e Rosana Musumeci (2016), líder é aquele que exerce certo nível de influência sobre os outros, que consegue ser um elo que finda em cooperação e que consegue conciliar os desejos de todos de forma equilibrada afim de chegar a um objetivo maior. Desta forma, o líder é o ponto de partida para um ambiente de trabalho coordenado e eficazmente produtivo, promovendo desta forma o desenvolvimento das organizações.

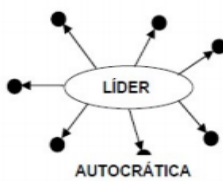
Assim como cada indivíduo é diferente, ao longo do tempo também surgiram diversos modelos de liderança e estilos de líder. Atualmente trabalhamos com três denominações de estilos de líder, sendo esses: autocrático, liberal e democrático.

Começaremos então abordando o estilo de liderança Autocrático. No ambiente autocrático o líder é o centro da tomada de decisões em nome de sua equipe. Este estilo de líder é o que determina as funções de cada um do grupo, cria os planos mais importantes, estabelece, uma a uma e de modo imprevisível, as providencias e as técnicas necessárias para a execução das atividades. Como podemos observar, funcionários sob este estilo de liderança estão condicionados a apenas seguir ordens, nunca ou quase nunca conseguindo expressar suas próprias ideias e ideais nos projetos em que estão inclusos, isso gera um ambiente corporativo muitas vezes carregados de tensão, frustração e agressividade. Outras características importantes que devem ser citadas sobre a equipe condicionada a seguir um ambiente autocrático são: profissionais sem nenhuma espontaneidade ou iniciativa, nunca conseguindo trabalhar de forma satisfatória quando o líder não está presente.

Se formos analisar todas as informações de pesquisas bibliográficas e fatos apresentados até este ponto, chegamos a uma conclusão óbvia dos motivos de este modelo de liderança não ser o mais indicado. O objetivo do líder é combinar os objetivos pessoais – lembrando apenas que a possibilidade de alcance de objetivos pessoais é o que mantém funcionários motivados - com os objetivos da corporação para que estes colaborem entre si, então se há uma centralização excessiva de poder que gera frustração, os trabalhadores não acreditarão na possibilidade de terem objetivos alcançados, muito menos ficarão satisfeitos com o ambiente de trabalho que lhes é ofertado. Este tipo de liderança geralmente é o estilo

que resulta em funcionários menos motivados, não conseguindo então uma produtividade satisfatória e muito menos um produto ou serviço realmente diferenciado e destacável no mercado.

Quadro 1 – conceitos simplificados e organizados do modelo de liderança autocrático

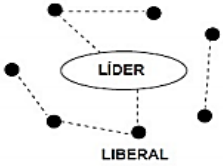
DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICA	
<p>No ambiente autocrático o líder atua como dirigente e toma as decisões em nome do grupo. Determina o programa do grupo, faz os planos mais importantes, estabelece, uma a uma e de modo imprevisível, as providências e as técnicas necessárias para a execução das atividades.</p>	<p>A) O líder centraliza as decisões e impõe suas ordens ao grupo.</p> <p>B) O comportamento do grupo mostra forte tensão, frustração e agressividade, de um lado e de outro, nenhuma espontaneidade, nem iniciativa, nem formação de grupos de amizades.</p> <p>C) Caracteriza-se como aquele que adora ser o centro do poder, acreditando que é esse o seu verdadeiro trabalho.</p> <p>D) Quando ele não está presente, os “liderados” não sabem o que fazer, e ficam circulando à espera de uma nova ordem. Sentem-se aliviados, mas perdidos, sem a presença do chefe.</p> <p>E) Os grupos submetidos à liderança autocrática apresentam maior volume de trabalho produzido, com evidentes sinais de tensão, frustração e agressividade. O líder é temido pelo grupo, que só trabalha quando ele está presente.</p>	

FONTE: Adaptado de Rafael Boldan e Rosana Martins (2016)

O próximo modelo de liderança que abordaremos é o de estrutura liberal. A estrutura liberal, também chamada de *laissez-feire* ou permissiva é o modelo de liderança totalmente pautado em passividade, ou seja, é aquele em que o líder decide não dar quaisquer ordens ou executar planejamentos, deixando que os indivíduos tenham liberdade total sobre o processo. A participação do líder é mínima, sendo esta participação somente a dispor materiais de trabalho para a equipe. Os funcionários condicionados à estrutura liberal apresentam produção baixa com forte individualismo agressivo e pouco respeito ao líder.

Quando ligamos os conceitos deste modelo de liderança aos já apresentados sobre motivação no ambiente de trabalho, podemos ter uma conclusão curiosa: os indivíduos podem até se sentir motivados e confortáveis, mas não é o bastante para obter resultados excepcionais para a organização. Neste caso em específico, não há um equilíbrio quanto ao alcance de objetivos do funcionário e objetivos da empresa, então a coordenação desejada não existe, não havendo base de sustentação eficaz para o modelo ideal de cooperação anteriormente citado. Mais tarde este funcionário que acreditava estar motivado devido a liberdade individual dentro dos processos, verá que não existe uma evolução, desencadeando então a insatisfação que por sua vez resulta em desmotivação.

Quadro 2 – conceitos simplificados e organizados do modelo de liderança liberal

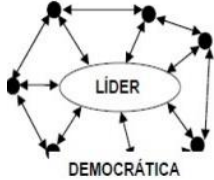
DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICA	
<p>A estrutura liberal, também chamada de laissez-feire ou permissiva é a forma de dirigir e não dirigir em absoluto, deixando que os indivíduos tenham liberdade. A participação do líder é mínima, limitando-se apenas a apresentar os variados materiais a disposição do grupo.</p>	<p>A) O líder delega totalmente as decisões ao grupo e deixa-o completamente a vontade, a produção é baixa, nota-se forte individualismo agressivo e pouco respeito ao líder.</p> <p>B) Observa-se que o líder permite total liberdade para tomada de decisões individuais ou grupais, participando delas apenas quando solicitado pelo grupo. C) O comportamento do líder é evasivo e sem firmeza.</p>	

FONTE: Adaptado de Rafael Boldan e Rosana Martins (2016)

Por último temos o modelo de liderança de estrutura democrática. A estrutura democrática, também chamada de participativa é descrita como modelo de liderança onde os membros da equipe executam todas as tarefas do processo em conjunto, onde se tem a preocupação no desenvolvimento máximo de todos os membros e nenhum é exclusivamente líder, pois a liderança está distribuída.

Nesta estrutura de liderança democrática, um elo de confiança e cooperação é formado entre o líder e os colaboradores, pois o que está à frente do processo analisa os anseios pessoais de seus companheiros de equipe e busca proceder da melhor forma respeitando a opinião geral. Os liderados são encorajados a se manterem cooperativos e comunicativos, os mantendo confortáveis em seu trabalho e o resultado disso são os mesmos devidamente motivados e produtivos.

Quadro 3 – conceitos simplificados e organizados do modelo de liderança democrática

DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICA	
<p>A estrutura democrática, também chamada de participativa é caracterizada como onde os membros do grupo trabalham em conjunto, dá-se a máxima importância ao desenvolvimento de todos os membros, nenhum é exclusivamente líder, pois a liderança está distribuída.</p>	<p>A) O líder identifica-se com o grupo, sentindo-lhe as necessidades e interpretando-lhe os anseios para proceder de acordo com a opinião geral, ou pelo menos da maioria que consulta frequentemente.</p> <p>B) Diz que “na liderança democrática, o líder conduz e orienta o grupo e incentiva a participação democrática das pessoas” O líder é exatamente comunicativo, encoraja a participação das pessoas e se preocupa igualmente com o trabalho e com o grupo.</p> <p>C) O líder atua como um facilitador para orientar o grupo, ajudando nas definições dos problemas e nas soluções, coordenando as atividades e sugerindo ideias.</p>	

FONTE: Adaptado de Rafael Boldan e Rosana Martins (2016)

2.3 Processos de desenvolvimento de melhorias

Diante da relevância atribuída à motivação no ambiente de trabalho quanto ao desenvolvimento das equipes, devemos estar cientes das etapas para que os modelos de liderança saiam apenas da teoria e venham a se tornar reais e eficazes nas corporações. Primeiramente, devemos treinar os líderes das equipes, os apoiando no objetivo de adquirir habilidades para motivar e aprimorar os sentimentos de confiança. As teorias adotadas em ambientes e empresas reais são objetos de estudos de casos específicos em incontáveis artigos, sempre mostrando que tanto a forma de aplicação quanto seus resultados são extremamente variáveis, então voltamos a frisar que as teorias aqui apresentadas servem de base, sendo estas essencialmente adaptáveis.

Tendo por base os estudos de Marcus Suassuna (2017), o líder ao se preparar para motivar o resto de sua equipe deve estar ciente de algumas teorias de motivação, sendo as principais: Teoria da Hierarquia de Necessidades (MASLOW, 1943); Teoria dos Fatores Motivacionais e Higiênicos (HERZBERG, 1964); Teoria da Expectativa (VROOM, 1982); Teoria do Estabelecimento de Metas (LOCKE, 1968); Teoria da Satisfação no Trabalho (LOCKE, 1969); Teoria das Características do Trabalho (HACKMAN e OLDHAM, 1975).

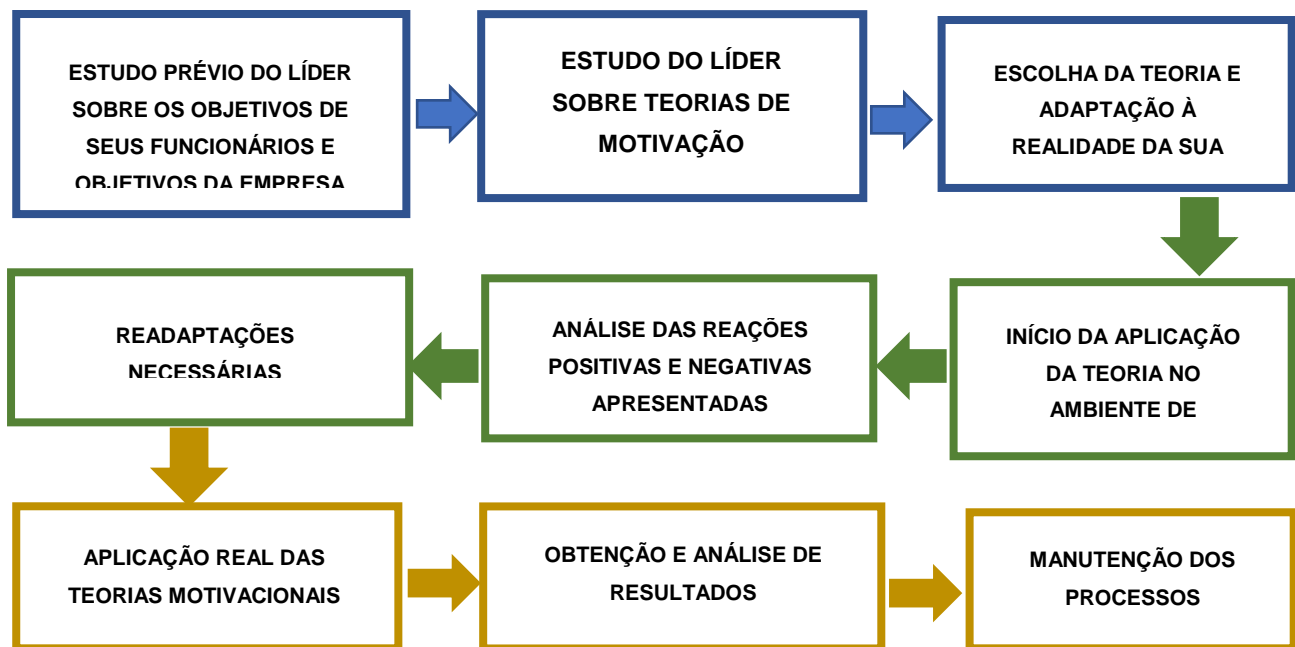
Todas estas têm como objeto de estudo conceitos psicológicos sobre motivação e estabelecem metas e objetivos para compreender os indivíduos sobre o qual necessitam obter produtividade. O gerente necessita estudar à fundo, compreender a base dessas teorias, selecionar a que mais se encaixa no perfil de sua equipe, fazer as adaptações necessárias e logo após isso, iniciar o processo de aplicação das mesmas.

Após o início da aplicação, o progresso começa a tomar forma real, o líder precisa estar atento a qualquer mínima margem de erro, sempre alerta e preparado para aplicar quaisquer readaptações que forem necessárias. Então tendo tido uma execução

satisfatória, os resultados serão claramente visíveis, refletindo diretamente na qualidade do produto ou serviço que por sua vez também refletem no giro de capital.

Abaixo um pequeno esquema ilustrando partes do processo de desenvolvimento de melhorias aplicando as teorias de motivação no ambiente de trabalho, ilustrado pela Figura 1:

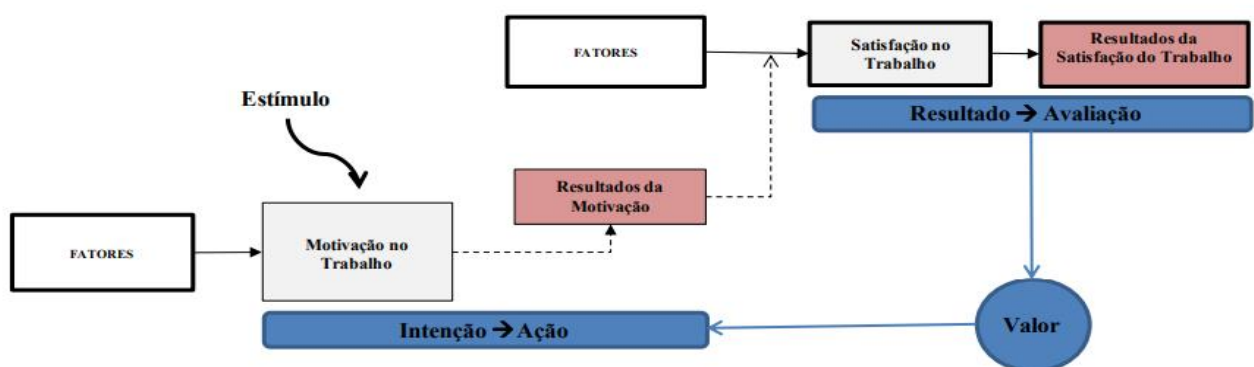
Figura 1 - Processo de desenvolvimento



Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Apresentamos também uma tabela sobre motivação apresentada nos materiais de estudo de Marcus Suassuna (2017):

Figura 2 – Esquema do processo de motivação estudado por Suassuna



FONTE: Adaptado de Marcus Suassuna, 2017

3. Estudo de caso

Sobre a motivação no ambiente de trabalho e suas teorias, é fato comprovado e já mencionado durante todo o processo de leitura deste presente artigo, que não existe uma forma milagrosa ou imutavelmente certa de aplicação. No estudo de caso realizado para análise, buscamos compreender em diferentes corporações com nichos empresariais nada iguais uns aos outros, quais os modelos de liderança ali aplicados e quais técnicas de motivação estes líderes estão a se utilizar, bem como seus sucessos visualizados até o presente momento.

O processo de pesquisa de campo através de entrevista foi iniciado entre os meses de Agosto e Setembro de 2020. Temos completa ciência de que a pandemia pelo Corona Vírus este ano dificultou enormemente o processo, pois fomos impossibilitados de conseguir permissões para estudo profundo dentro de grandes empresas - estas que eram o foco por contarem com um grande número de funcionários, o que nos daria mais material de pesquisa – então, por este motivo, nos coube a alternativa de utilizarmos as mídias sociais e físicas para entrarmos em contato de maneira mais direta com o objeto principal de assunto deste artigo: Os funcionários que compõe a maior parte do corpo empresarial.

Desenvolveu-se então um roteiro de entrevista verbal informal e uma ficha em formato de questionário. Estes dois protocolos foram aplicados em 25 trabalhadores, sendo estes funcionários de empresas do distrito industrial majoritariamente, mas também estiveram presentes trabalhadores de comércio, professores e clínicos. Segue abaixo o modelo de questionário utilizado durante a coleta de dados:

Figura 2 – Questionário apresentado para obtenção de dados da pesquisa de campo

Lista de satisfação no ambiente de trabalho.
Essa pesquisa baseia-se em respostas de pessoas que trabalham em áreas de diferentes níveis hierárquicos.

Nome:	
Função:	

Marque um x, na resposta que mais se indentifique.

Perguntas	Sim	As vezes	Não
Gosta de trabalhar em sua empresa.			
Senti motivado.			
Recebeu reconhecimento ou elogio.			
Seu chefe parece se importa com voce.			
Alguem estimula seu desenvolvimento.			
Sempre conversar sobre problemas internos.			
Os seus valores estão alinhados com o da empresa.			
Seu lider faz reunião.			
Voce produz para empresa.			
Já pensou em desistir.			
Esse pensamento e constante.			
Caso fosse demitido, voltaria a trabalhar na empresa novamente.			
Recebe bonus do seu trabalho.			
Já recebeu algum bonus financeiro.			
Tem discussoes no setor, por causa de assuntos, que não deve.			
Fica sem animo para trabalhar.			
Gostaria que houvesse melhorias.			
Se senti feliz no trabalho.			
Indicaria seu trabalho, para algum amigo.			
Com o tempo de empresa, gostaria de ganhae mais, pelo seu trabalho.			
Tem boa relação com os demais colega.			
Tem boa relação com seu chefe ou supervisor.			
Já admitiu que estava errado			
Já pediu desculpas, por algo que gerou conflitos.			
Gostaria de melhorias na sua empresa.			

A perguntas são cotidianos que todos os funcionarios, se perguntam se fazem certo ou precisa de melhoria.
quantidade das respostas. Quantas vezes dissera: sim as vezes não

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Como se pode notar, as questões de motivação estão seriamente sendo analisadas, como a satisfação pela remuneração, mas além disso, podemos observar questões motivadoras além do financeiro, como a curiosidade sobre o ambiente de trabalha a qual cada um está exposto, além de questionar sobre o desejo de melhorias, lhes dando espaço para considerar o que seria melhor segundo seus próprios conceitos.

4. Resultados e discussões

Como já era esperado durante o processo de estudo desta presente pesquisa e nos baseando exclusivamente nos dados coletados nas entrevistas informais e respostas do questionário apresentado, atualmente o retorno financeiro é o principal motivo dos

funcionários de corporações se manterem dentro do corpo de funcionários. Pelo que podemos observar, muitos destes funcionários sequer estavam verdadeiramente interessados nos objetivos e metas das empresas, aparentando fazer seu trabalho no “piloto automático”.

Antes de expor mais das conclusões tiradas sobre este estudo de caso, devemos pontuar um importantíssimo fato que muito se foi citado durante as entrevistas informais: A chamada “crise financeira”. Muitos dos entrevistados foram diretos quando questionados sobre gostar de trabalhar em sua empresa, mas quando perguntamos os motivos de nos derem aquela resposta, muitos disseram fatos pessoais como: “na crise atual eu estou feliz de ao menos ter um trabalho, muita gente queria estar ao menos em uma empresa com trabalho fixo no momento”. Este é um fato curioso, pois observamos também que os fatores sociais e o mercado financeiro influenciam muita nos objetivos individuais dos trabalhadores, por vezes acrescentando e modificando muito das teorias de motivação, afinal se os funcionários apresentam objetivos pessoais diferentes, o seu sentir motivado também se apresenta por diferentes meios, o que resulta na modificação de das teorias.

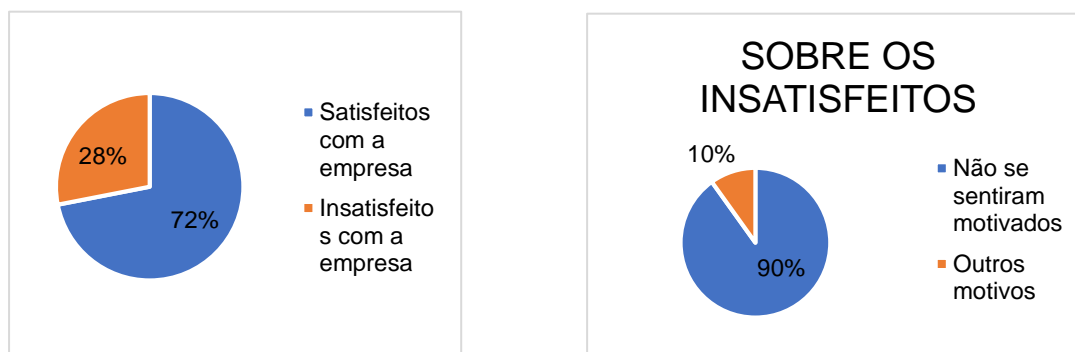
Além da remuneração, muitos entrevistados se mostraram minimamente satisfeitos com o ambiente de trabalho e, o fato que nos foi exposto, é que a grande maioria que se mostrou totalmente satisfeita com a corporação na que é colaborador, responderam positivamente sobre ter não só um salário satisfatório, como também um ambiente socialmente saudável com sua equipe. Por sua vez, a outra parte que propôs melhorias, estava diretamente ligada a não se sentir motivada, elogiada ou valorizada por seus líderes, independente algumas vezes da remuneração satisfatória.

Com este cenário apresentado, podemos analisar o quanto diversas teorias de motivação necessitam ser adaptadas, justamente por termos a habilidade e chance de comparar cenários diferentes sob as quais cada uma foram aplicadas. Atualmente em nosso estado, o grande pilar da motivação no ambiente de trabalho está na compensação financeira visto que passamos por crises financeiras, mas nem sempre este simples objetivo é o suficiente para produzir um funcionário aplicado e comprometido.

Trabalhadores que exercem o mínimo em sua função não produzem o diferencial e acabam deixando o produto ou serviço de sua corporação em um nível absolutamente comum e intermediário. É preciso que além do básico, além de um funcionário que exerça suas funções medianamente, as corporações produzam líderes que motivem de maneira eficaz, que sejam o elo entre os objetivos individuais de sua equipe e os objetivos coletivos deles e da organização.

Abaixo gráficos simples sobre as respostas obtidas através das entrevistas e folhas de questionário: 82% se sentiram satisfeitos, o maior motivo citado fora compensação financeira boa. 91% dos insatisfeitos expuseram se sentirem desmotivados, apenas trabalhando por necessitar do salário.

Figura 3 – Pesquisa de satisfação



Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

Os dados coletados pela pesquisa de campo foram cuidadosamente analisados e, através desta análise, a equipe pode ter uma base sobre aplicação de teorias de motivação no ambiente de trabalho. Como forma empresas diferentes a serem estudadas, um plano de ação específico não poderia ser criado, visto que como dito anteriormente, os processos dentro de cada organização devem ser aplicados de forma adaptável dependendo dos perfis de seus colaboradores.

Quadro 1 – 5W2H

O QUE?	PORQUE?	QUEM?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Projeto de aplicação de teorias de motivação no ambiente de trabalho	Para a melhoria do ambiente de trabalho em relação ao psicológico dos funcionários, com objetivo de melhorar a produtividade	Gestores e demais responsáveis pela organização	Aplicados dentro de corporações, indústrias e comércios	Através de estudo prévio, adaptações e aplicação real, seguindo o roteiro apresentado neste trabalho	Sem valor financeiro diretamente agregado.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020

A solução inicial para essa problemática seria a utilização de estudo prévio dos perfis do corpo da empresa, fazendo levantamentos e dando a cada líder o dever de mostrar a importância do endomarketing e estudando estratégias de motivação. Assim que cada líder estivesse treinado e disposto, devem então começar o processo de aplicação, investindo no bem-estar de seus funcionários, apenas assim este quadro seria revertido.

Destaca-se que na proposta mencionada pelo 5W2H, as ações relacionadas ao *endomarketing* poderiam estar agindo precisamente na finalidade da pesquisa apresentada, uma vez que sua função gerencial é a promoção da organização para os próprios colaboradores.

5. Considerações finais

É de se considerar que durante 60 anos a motivação individual e motivação no ambiente de trabalho têm sido objetos de estudo estruturalmente aprofundados. Várias das teorias apenas citadas ao decorrer deste artigo são de enorme importância e podem ser extremas facilitadoras de caminhos para que diversas empresas consigam o êxito em seu mercado.

Abordamos aqui a necessidade de se aplicar a motivação para empresa, sendo o agente inicial e principal de aplicação disto no ambiente de trabalho é o chamado líder. O líder antes de tudo deve estar preparado, necessita estudar e adaptar sobre as teorias de motivação e ter como foco a coordenação de funcionários com os objetivos da empresa.

Para que haja essa coordenação, o funcionário deve estar motivado e essa motivação só vem através da sensação de estar sendo útil e das possibilidades de atingir objetivos pessoais. Lidar com pessoas é lidar com fatores sociais e psicológicos, é ter a habilidade de desenvolver empatia e resolver problemas de diversidade enquanto democraticamente pensa em soluções satisfatórias para todos.

Por este motivo, abordamos aqui pontos para análise, uma vez que o que foi aqui explorado é a base para estudos sobre o tema: Análise dos métodos de motivação ao trabalhador em ambientes corporativos. É de certo que as empresas visam o giro de capital, mas para que este objetivo seja eficazmente alcançado, os estudos para compreensão de ligações sociais humanas devem ser feitos. Não podemos ter clientes fixos sem que eles estejam

satisfeitos, não podemos ter a satisfação do cliente se não apresentarmos bons produtos ou serviços e não podemos apresentar bons produtos ou serviços se não tivermos funcionários motivados e dedicados.

No final este básico conceito de estudo sobre motivação é o passo inicial para o giro de capital das organizações. O ponto de partida pode ser a ferramenta que já foi citada anteriormente e chamamos de endomarketing. Um bom trabalho de endomarketing aplicado tem como resultado a melhora do controle de fatos e informações que uma corporação e seus clientes – internos e externos – trocam. Muitos dos trabalhadores da pesquisa justificaram sua sensação de falta de motivação com os motivos de: “Não me passam informações e não me deixam participar das decisões”.

Algumas sugestões sobre como aplicar a ferramenta de endomarketing e motivar o corpo de funcionários: realizar eventos de integração para que os setores possam trocar experiências e conteúdos trazendo bons resultados para a disseminação das informações estratégicas. Reconhecer a importância de cada membro da equipe em datas especiais e conhecer a fundo seus colaboradores. Seguindo estas ações e praticando ações constantes e sistematizadas de endomarketing, o sucesso para a melhoria do perfil dos trabalhadores é garantida.

Quanto maior for a estrutura de capital de uma empresa, mais elaborada a aplicação de endomarketing deve ser, influenciando em sua comunicação interna e na melhoria de atendimento ao cliente, que resulta em mais fidelidade e giro de capital

Referências

RIBEIRO, Luísa Cristina Rego; ROCHA, Sandra Regina Pinheiro. **Liderança e Estratégias Organizacionais**: A influência, o poder e os aspectos da liderança nas organizações. Caderno de Estudos Ciência e Empresa, Teresina, Ano 9, n. 2, nov. 2015

DIAS, Vanessa; STOCCO, Josete. **motivação no ambiente de trabalho: um estudo em uma instituição de ensino superior**. Revista do curso de secretariado bilíngue da Universidade de Passo Fundo, Junho de 2015.

SOUZA, Vania; ANJOS, Mayara. **A motivação no ambiente de trabalho. um estudo na loteadora constroi em monte carmelô – mg**. Getec, v.6, n.12, p.87-98/2017

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. 15ª Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SUASSUNA, Marcos. **Método para Gerenciamento da Motivação e Satisfação de Engenheiros de Software no Desenvolvimento de Projetos – M3S-SE**. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2017.

SANTOS, Cilene et Al. **A importância da motivação no ambiente de trabalho**. Universidade Metropolitana de Santos, São Paulo, 2015.

MOREIRA, José Carlos Teixeira. **Liderança – A Execução como parte, Melhor Gestão de Pessoas**, Nº 310, p.224, setembro 2015.

CARIELLO, Juliana. Desempenho – **Quando a vida pesa, Você S/A**, Edição 158, p.64-67, agosto 2017.

SOARES, Bruna. **Motivação nas organizações**. Fundação Nacional do Município de Assis, São Paulo, 2015