

UNIT – UNIVERSIDADE TIRADENTES
CURSO ADMINISTRAÇÃO

JAINE DOS SANTOS GOIS

A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL
COMO FORMA DE IMPULSIONAR EMPRESAS DE
PEQUENO E MÉDIO PORTE NO MERCADO

Itabaiana/Se
2016

JAINÉ DOS SANTOS GOIS

A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL
COMO FORMA DE IMPULSIONAR EMPRESAS DE
PEQUENO E MÉDIO PORTE NO MERCADO

Relatório apresentado à Universidade
Tiradentes como um dos pré-requisitos
para a obtenção do grau de bacharel em
Administração.

Professora Orientadora: Isabel Cristina
Barreto Silva

ITABAIANA
2016

JAINE DOS SANTOS GOIS

A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL
COMO FORMA DE IMPULSIONAR EMPRESAS DE
PEQUENO E MÉDIO PORTE NO MERCADO

Relatório apresentado à Universidade
Tiradentes como um dos pré-requisitos
para a obtenção do grau de bacharel em
Administração

Aprovada em ____/____/____.

Banca Examinadora

Nome do orientador (a)
Instituição

Nome do professor (a)
Instituição

Nome do professor (a)
Instituição

RESUMO

A visão de que o sucesso de uma empresa está muito além das metas alcançadas ou dos lucros obtidos vem crescendo cada vez mais e com ela vem em conjunto a visualização de que o trabalho em equipe dentro das organizações perpassa por caminhos que extrapolam o simples cumprimento dos deveres estabelecidos pela função laboral exercida dentro da empresa. Através dessa verificação, surge o entendimento da motivação como meio de tornar mais eficazes as relações de trabalho dentro das organizações com o intuito de melhorar os resultados e de aumentar ainda mais a percepção de que, para as empresas, o sucesso garantido está intimamente relacionado com o grau de satisfação que as pessoas que executam seu trabalho possuem em seus ambientes laborais. Pensando nisso, a pesquisa ora apresentada busca demonstrar a veracidade dos fatos que dão conta de que um funcionário motivado tende a realizar suas funções de forma mais eficiente, maximizando a potencialidade da empresa de oferecer produtos e serviços de melhor qualidade, além de estabelecer entre patrões e empregados um elo inquebrantável de empatia e liderança. Sendo assim, o trabalho escolheu como corpus para discussão a relação entre motivação laboral e o sucesso das organizações empresariais com o intuito de comprovar que a matéria-prima de uma empresa não são os seus produtos e serviços, mas sim aqueles que estão no trabalho diário a fim de que tudo se convirja para objetivos em comum: o sucesso da empresa e a satisfação de seus clientes. Dessa forma, a pesquisa conta com uma análise que perpassa pelo campo teórico, com pesquisas bibliográficas, bem como pelo viés empírico uma vez que vai a campo verificar a veracidade das ideias defendidas pela autora. Com isso, em primeira linha, estabelece-se um parâmetro histórico acerca da formação das organizações com o foco na análise de como era o antes da percepção da importância da motivação dentro das empresas até os dias atuais com o seu uso. Logo em seguida, o referencial teórico é aprimorado com pesquisas ainda mais aprofundadas e esclarecedoras sobre o tema a fim de comprovar, de fato, a relevância do tema escolhido. Tais pesquisas permitirão a discussão acerca da visualização do ser humano como a peça fundamental para o bom funcionamento da empresa, além de vislumbrar um novo horizonte para patrões e empregados. Continuando, também serão apresentados os resultados obtidos com a pesquisa de campo para que assim seja possível mensurar a natureza empírica desse tema. Por fim, o trabalho se encerra com as considerações finais acerca das impressões obtidas através do cruzamento de dados entre o teórico e o prático.

Palavras-chave: Motivação. Discussão. Resultados.

ABSTRACT

The view that the success of a company is far beyond the goals achieved or profits is growing increasingly and with it comes together the visualization of teamwork within organizations permeates ways that go beyond simple compliance with duties established by labor role within the company. Through this check, comes the understanding of motivation as a means of tonar more effective working relationships within organizations in order to improve results and to further increase the perception that, for companies, guaranteed success is closely related to the degree of satisfaction that the people who do their work in their own work environments. Thinking about it, the research presented here seeks to demonstrate the veracity of the facts that realize that a motivated employee tends to perform their functions more efficiently, maximizing the potential of the company to offer products and better services, and to establish between employers employees and an unbreakable bond of empathy and leadership. Thus, the work selected as corpus to discuss the relationship between labor motivation and success of business organizations in order to prove that the raw material of a company are not its products and services, but those who are in daily work so that everything converges to common goals: the company's success and satisfaction of its customers. Thus, research has an analysis that moves through the theoretical field with bibliographic research and the empirical bias as it goes into the field to check the veracity of the ideas defended by the author. Thus, in the first instance, establishes a historical parameter about the formation of organizations with a focus on analysis of how it was before the perception of the importance of motivation within the company to the present day with its use. Soon after, the theoretical framework is enhanced with research further depth and enlightening on the subject to prove, in fact, the relevance of the chosen topic. Such research will allow discussion of viewing the human being as the cornerstone for the proper functioning of the company and to glimpse a new horizon for employers and employees. Continuing, also will present the results obtained from the field research as soon as possible to measure the empirical nature of this issue. Finally, the work ends with the final considerations about the impressions obtained through the data crossing between the theoretical and the practical.

Keywords: Motivation. Discussion. Results.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	07
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1. Motivação: conceito.....	10
2.2. A aplicação da motivação nas empresas.....	12
2.3. A motivação organizacional: a importância do clima dentro das empresas.....	14
3. ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS.....	14
3.1. Gráficos representativos da análise dos resultados obtidos.....	17
4. CONCLUSÕES FINAIS.....	18
5 REFERÊNCIAS.....	20
APÊNDICES.....	22

1. INTRODUÇÃO

Os aspectos empresariais têm sofrido grandes transformações ao longo do tempo. As estratégias administrativas visam uma nova forma de administrar os serviços que compõem uma empresa com foco no desenvolvimento do máximo das potencialidades que ela possa oferecer nos serviços. Essa nova visualização se deve ao fato de uma percepção de que é preciso melhorar a relação entre a administração e a matéria-prima de toda empresa: o ser humano.

No passado, as empresas e seus empresários tinham somente que se preocuparem com papéis, máquinas, vendas, lucros, enfim a parte técnica e material da empresa. Agora tudo isso mudou, estão dando valor às pessoas, se preocupando com elas com sua personalidade, características pessoais, atitudes, maneira de lidar com problemas e buscar soluções, criatividade e espírito empreendedor, afinal sem as pessoas as organizações não existiriam. O problema atual está em mudar a cultura das pessoas, em lidar com elas.

Dessa forma, de acordo com Macêdo (2013, p. 55):

O patrimônio mais importante de uma empresa são as pessoas que dela fazem parte, pois mesmo estando na era da informação e da tecnologia o intelecto humano vem sendo a base que sustenta as organizações. As organizações vivem a era da gestão do capital intelectual, buscando incessantemente atrair e preservar o conhecimento existente e gerar inovações por meio da criatividade.

Através dessa percepção, é possível verificar que o colaborador de uma empresa é o seu principal bem e o maior investimento que se pode fazer. Os investimentos direcionados a valorização dos funcionários de uma empresa são aqueles que possuem retorno a longuíssimo prazo, pois aquele que se sente valorizado demonstra sua satisfação através de uma atuação que sempre ultrapassa o esperado pelo patrão (CHIAVENATO, 2015).

Com isso, é possível explicar o porquê da escolha do tema central o qual se baseia na relação entre valorização pessoal e o desenvolvimento da empresa em que essa é uma prática constante. Além disso, o tema central demonstra sua relevância quando comprova que um funcionário que está em contato constante com estratégias que privilegiam a motivação como alicerce para o fortalecimento das relações

trabalhistas dentro da empresa tende a apresentar resultados bastante satisfatórios em relação ao cumprimento de prazos, alcance de metas, dentre outros.

Partindo do mesmo pressuposto, Chiavenato (2015, p.38) discorre que:

O trabalho está se tornando cada vez menos físico e cada vez mais mental, a atividade humana está deixando de lado o trabalho braçal, pesado, repetitivo e imitativo para dar espaço cada vez mais ao trabalho criativo e inovador. Os trabalhadores deixaram de serem meros fornecedores de mão de obra para serem fornecedores de conhecimentos aliados à competência.

Entretanto, para compor uma pesquisa dessa valia é necessário estabelecer uma metodologia capaz de cumprir com os objetivos traçados para sua constituição. Esses são os pontos que norteiam a construção de um trabalho que busca auxiliar o estudo de uma temática de suma importância para o meio empresarial e para a aplicação da ciência administrativa no dia a dia das lideranças que estão sempre à procura de versões mais renovadas de si próprias.

Sendo assim, serão aplicados dois tipos de metodologia. O primeiro dá conta da análise bibliográfica de autores que tragam ainda mais conhecimento acerca do tema escolhido para a construção do trabalho. Além das pesquisas bibliográfica e interpretação de suas informações, também será feita uma pesquisa de campo a qual será desenvolvida em empresas de pequeno e médio porte na cidade de Itabaiana, buscando conferir o máximo nível de veracidade à pesquisa apresentada.

Dessa forma, todo trabalho científico inicia-se com pesquisa bibliográfica a qual permite conhecer e se aprofundar mais sobre o assunto abordado; já a pesquisa exploratória tem como objetivo entender o problema, levantar hipóteses e ideias. Essas pesquisas envolvem levantamento teórico, entrevista com pessoas que tiveram experiência e análise de exemplos, podendo ser classificadas por: pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Já na descritiva, é necessário buscar várias informações sobre o assunto desejado e abordar os fatos.

O delineamento será classificado como estudo de campo que é caracterizado por investigações que, além de pesquisas bibliográficas, são coletados dados junto a pessoas. Esse delineamento é amplo e leva em consideração os objetivos da pesquisa.

Dessa forma, a justificativa para a escolha do tema se encerra sobre a verificação da necessidade da valorização de uma pessoa faz com que ela consiga dar o melhor de si e tenha, dentro de seu ambiente de trabalho, um desempenho que

conjugua satisfação pessoal e realização profissional que podem ser vistas a olhos nus quando os resultados são apresentados. Sendo assim, a escolha do tema central perpassa pela análise de que é importante que o ambiente empresarial se torne mais humano para que as organizações alcancem excelência e eficácia nos serviços prestados.

Sendo assim, a interposição desse tema no trabalho ora apresentado tem sua justificativa devido à sua relevância, pois tratará de questões humanas que muitas vezes são deixadas de lado no ambiente empresarial por serem consideradas de segunda grandeza. Para comprovar o contrário, o trabalho contribuirá com pesquisas acerca do tema que justificarão o importante papel que a valorização humana desempenha nas grandes corporações que se destacam no mercado que está cada vez mais competitivo. Tais análises contribuirão para que a sociedade e as empresas encarem o ser humano como o material mais precioso que cada grupo empresarial pode ter executando suas atividades uma vez que os resultados positivos dependem dessa correlação.

Dando continuidade ao trabalho, é preciso expor o objetivo geral que, para essa construção, foi caracterizado por verificar a influência da motivação pessoal como mola propulsora para que a empresa tenha seus serviços desenvolvidos ao máximo nível da eficiência, propiciando ao ambiente empresarial destaque no mercado.

Já em relação aos objetivos específicos, parte de extrema importância para a construção do trabalho ora em apresentação, podem ser identificados quatro deles que se tornam de imensa valia para que a discussão pretendida ganhe força e verossimilhança. Sendo assim, destacam-se identificar como as empresas aplicam os conhecimentos sobre motivação no dia a dia do seu ambiente empresarial; observar como a falta do reconhecimento profissional pode interferir no desempenho do mesmo na empresa; analisar a importância da motivação pessoal como forma de proporcionar a valorização profissional no ambiente de trabalho e mensurar os benefícios que a valorização pessoal pode trazer para o ambiente empresarial como forma de alavancar os serviços prestado por ela no mercado, melhorando sua atuação.

Para que o trabalho cumpra com a sua característica empírica, também será interposta a pesquisa de campo a qual contará com a observação do tema em sua aplicabilidade na realidade da empresa escolhida. Sendo assim, foi escolhida a

empresa Auto Posto Skina, localizado no Calçadão Professor Airton Teles, S/N, Bairro Centro, Itabaiana – Se, Cep 49.500-000. Trata-se de uma empresa de médio porte que trabalha com a comercialização de combustíveis, estando associada à Ipiranga Combustíveis na distribuição de gasolina, álcool e outros derivados de petróleo.

A empresa conta com 10 funcionários que desempenham variadas funções, além de dois administradores que fazem a parte contábil e a administração da funcionalidade da empresa que vai desde a observação da execução das funções de cada um bem como a percepção do grau de excelência com que esses serviços são prestados, visualizados pela medição dos lucros da organização bem como da satisfação dos clientes que fazem uso desses serviços.

Sendo assim, o estágio na referida empresa foi realizado nos meses de setembro e outubro a fim de aplicar a teoria defendida no trabalho ora apresentado, ou seja, que a motivação do funcionário é um ponto preponderante para sucesso da organização, mas não apenas encarando o alcance de metas e a aquisição de lucro como as principais buscas da empresa e sim a percepção de que o ser humano é o material primordial que deve ser vislumbrado em qualquer ambiente empresarial.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Motivação: conceito

Motivação vem do verbo em latim *Motivare* que quer dizer mover-se, fazer com que as coisas aconteçam ao seu favor. Em relação a pessoas, o verbo *Motivar* significa utilizar a ação das pessoas para fazer com que elas realizem uma tarefa a fim de promover bem estar pessoal através daquilo que está sendo realizado. Nesse caso, fazer com que elas se motivem é um papel fundamental para que os colaboradores se desenvolvam e que os gestores cumpram com as metas estabelecidas a partir de uma ação conjunta deflagrada pela aplicação da motivação.

Entretanto, não se trata apenas de induzir o indivíduo para que ele faça aquilo que se manda mesmo sem que ele queira. Motivar está intrinsecamente ligado ao poder de inspirar as pessoas a realizarem suas tarefas pelo entendimento de que elas são primordiais para o sucesso da mesma, apontando o foco não para o resultado, mas sim para o processo.

Sendo assim, nas palavras de Kamia (2015, p. 56):

A motivação pode ser definida como a energia que nos leva a participar de um desafio, induzindo-nos a realizar ações. Por sua vez, a falta dela causa desinteresse pelo trabalho e faz do colaborador um mero cumpridor de suas tarefas, limitando sua visão e desviando-a do processo em geral. Quando uma pessoa está desmotivada, o trabalho não rende, as horas demoram a passar, a proatividade é inexistente e falta assertividade.

Apesar disso, sua definição é muito complexa. A própria denominação sugere ser um motivo para uma ação. Esse motivo está relacionado ao aspecto psicológico de cada um. Alguns autores as definem como causa de um comportamento ou conjunto de forças internas que orientam a conduta de um indivíduo para determinado objetivo ou processo psicológico que leva uma pessoa a fazer esforços para obter certo resultado (MOTA, 2009).

A motivação está envolvida no sentimento de realização e de reconhecimento profissional que a pessoa manifesta ao realizar tarefas que tenha um significado importante para sua carreira. Segundo o dicionário brasileiro GLOBO, motivação quer dizer: ato de motivar; exposição de motivos. Diante destas definições, podemos dizer que motivação é um motivo que leva a uma ação:

Motivação vem de motivos que estão ligados simplesmente ao que você quer da vida, e seus motivos são pessoais, intransferíveis e estão dentro da sua cabeça (e do coração também), logo seus motivos são abstratos e só têm significado para você, por isso motivação é algo tão pessoal, porque vêm de dentro (RECINELLA, 2005, p 01)

Sendo assim, a motivação é algo que pode ser considerado abstrato, ou seja, que depende bastante da atuação do indivíduo para que o ser humano possa senti-la e externa-la com a aplicação desejada. Isso também quer dizer que a motivação também parte de estímulos provenientes do outro ponto da relação entre patrões e empregados, pois o empregador compreende que o funcionário é um elo de extrema importância para o bom funcionamento e o sucesso da empresa.

Para além disso, a motivação nasce de necessidades que fazem parte da subjetividade humana, mas que também são importantes para que o indivíduo se sinta motivado a realizar determinadas atividades as quais necessitam do “querer fazer” para serem bem executadas. É importante que a pessoa sinta realmente a vontade de realizar a tarefa requerida para que isso seja perceptível na finalização do processo e que o sucesso chegue de forma espontânea.

2.2. A aplicação da motivação nas empresas

Para aplicar a motivação no ambiente de trabalho, é preciso colocar o colaborador em uma posição de protagonismo em que ele se sinta parte integrante e importante dos processos de funcionalidade das empresas. Sendo assim, ao sentir segurança de suas oportunidades, o colaborador vai se sentir confiante, ser participativo e, principalmente, ter a liberdade de gostar do que faz. Assim o líder já estaria suprimindo a necessidade psicológica de seu colaborador, fazendo com que seu rendimento aumente, conseqüentemente aumentando a produção da empresa.

Para tal efeito, o planejamento do trabalho possui impacto importante na motivação, na satisfação e no desempenho no trabalho. Os indivíduos precisam sentir-se responsáveis pelo resultado do trabalho para que ele seja motivador. Necessita fazer algo que se sintam ser significativo. O comportamento do supervisor ou gerente do grupo exerce uma influência crítica sobre a eficácia de um grupo ou equipe. O importante é que se tenham um indivíduo que possa ajudar a equipe no processo operacional interno, estabelecer objetivos e relacionamentos da equipe com o resto da organização (MACGREGOR, 1972).

Assim, nas palavras de Bergamini (1997, p. 75):

Antes da Revolução Industrial, a principal maneira de motivar consistia no uso de punições, criando, dessa forma, um ambiente generalizado de medo. Tais punições não eram unicamente de natureza psicológica, podendo aparecer sob forma de restrições financeiras, chegando até a se tornar reais sob a forma de prejuízos de ordem física. Levando em conta que as organizações passaram a existir muito tempo antes da Revolução Industrial, é possível concluir que a preocupação com o aspecto motivacional do comportamento humano no trabalho represente um facto bastante recente.

Com isso, é possível perceber que a motivação tem tomado seu espaço na construção de uma forma de administrar pautada na valorização do indivíduo como a parte de fato mais importante na formação dos processos comerciais estabelecidos dentro das organizações. Para além disso, a visualização de que é preciso fazer com que o colaborador se sinta apto a executar suas funções de forma espontânea é uma transformação no universo empresarial no qual não há mais espaço para que os funcionários sejam coagidos para que os empregadores consigam que eles alcancem as metas previstas pela empresa.

A partir dessa visualização, é possível destacar a aplicação de dois tipos de motivação bastante eficazes no ambiente empresarial devido ao caráter empreendedor que assume a percepção de um colaborador como a força motriz que impulsiona as atividades desenvolvidas pelas organizações, entendendo que, sem que ele esteja satisfeito, a ação será apenas o cumprimento de uma obrigação nada prazerosa a qual tem como premissa apenas a garantia do emprego.

Assim, pode-se dizer que existem dois tipos de motivações mais aplicadas nos ambientes empresariais, ou seja, a intrínseca e a extrínseca, as quais se caracterizam por, nas palavras de Kwasnicka (2003, p. 38):

A primeira, intrínseca, afirma que a motivação está ligada ao que queremos da vida, é um conceito abstrato e tem sentido apenas individualmente. É algo endógeno, originado no interior dos indivíduos. Nesse sentido, estar motivado é sentir-se bem com aquilo que é realizado: o prazer é obtido na atividade. Conforme essa teoria, a motivação não é um produto acabado, e sim um processo que se configura a cada momento, visto que nasce das necessidades interiores de cada um e que estas se renovam e se alteram continuamente. Também de acordo com ela, não se pode afirmar que as organizações motivam seus colaboradores. O que elas podem fazer é estimular, incentivar, provocar a motivação, criar um clima em que as pessoas se sintam motivadas a empreender e fazer o necessário.

E continua:

As teorias da motivação extrínseca, ao contrário das intrínsecas, pressupõem que o comportamento humano pode ser planejado, modelado ou mudado por meio da utilização adequada dos vários tipos de recompensas ou punições disponíveis no meio ambiente. Para essas teorias, motivação é sinônimo de condicionamento. A motivação extrínseca surge das consequências e dos incentivos ambientais (por exemplo, alimento, dinheiro). Em vez do indivíduo participar de uma atividade com o propósito de experimentar as satisfações inerentes que ela pode proporcionar (como ocorre no caso da motivação intrínseca), a motivação extrínseca surge de alguma consequência distinta da atividade em si

Dessa forma, pode-se perceber o trabalho com duas linhas de raciocínio bastante usuais quando se trata da tarefa de instigar um indivíduo a querer fazer suas funções por perceber a importância que ela tem para o desenvolvimento da empresa, mas que também proporciona a percepção de que ele mesmo se tornou um alicerce importante para a sustentação das atividades e serviços oferecidos pela empresa, construindo um elo inquebrantável entre a empresa e o colaborador, tornando o sucesso uma busca de ambos.

2.3. A motivação organizacional: a importância do clima dentro das empresas

O clima organizacional trabalha com o conceito de que o ambiente de trabalho é composto por uma qualidade que extrapola as relações empregatícias e comerciais existentes na empresa. É a percepção do funcionário que aquele local reúne condições favoráveis a execução de suas funções, provocando nele uma relação de pertença muito importante para que o colaborador se sinta parte daquela instituição empresarial.

Sendo assim, na visão de Chiavenato (2004, p. 68):

O conceito de Clima Organizacional traduz a influência ambiental sobre a motivação dos participantes, podendo ser descrito como a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional que é percebida ou experimentada pelos membros da organização e que influencia seu comportamento. O termo refere-se especificamente às propriedades motivacionais do ambiente organizacional, ou seja, aos aspectos da organização que provocam diferentes tipos de motivação em seus participantes

Dessa forma, é possível perceber que a sociedade é formatada por um conjunto de organizações que se constroem através das necessidades que surgem ao longo da história da humanidade, possuindo como característica semelhante entre de todas elas o entendimento de que o ser humano é matéria-prima primordial para o desenvolvimento das organizações, estando eles no mesmo patamar de importância da aquisição de lucros ou o cumprimento de metas, busca primeira da grande parte das organizações.

A partir desse conceito, é possível afirmar que todas as estratégias devem ser utilizadas para que o colaborador consiga se sentir parte integrante da organização e de imensa importância para o sucesso da mesma, sendo encarados com a frieza com os produtos e serviços oferecidos pelas empresas são vistos, mas com a sensibilidade com que um ser humano necessita para que ele se sinta valorizado e assim se sinta capaz de realizar suas tarefas.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

A natureza empírica necessária para a construção do trabalho em questão será apresentada através da pesquisa de campo realizada em uma empresa de médio

porte a fim de aplicar a teoria defendida ao longo dessa escrita, ou seja, a de que a motivação é o aspecto mais importante quando se trata da melhoria nos relacionamentos que se dão a partir de relações comerciais e empregatícias a fim de demonstrar que o importante não é apenas vender, obter lucros e atingir metas. É importante também fazer com que as pessoas se sintam valorizadas a fim de que elas maximizem suas potencialidades em prol de si mesmos e da empresa em que trabalham.

Para tal efeito, a pesquisa de campo se deu em forma de estágio e contou com a observação da rotina da empresa bem como de seus funcionários na execução diária de suas funções laborais. Após a observação do uso da motivação como força motriz da empresa no intuito de valorizar os funcionários que a compõem, foram interpostas perguntas que servirão como parâmetro para a verificação do relacionamento construído dentro da empresa tanto entre os funcionários da mesma bem como dos funcionários com seus empregadores a fim de denotar o grau de satisfação de todos os envolvidos na relação empregatícia.

Sendo assim, foram estabelecidas dez perguntas feitas na mesma medida para todos entrevistados os quais são oito frentistas que trabalham diretamente com o público no abastecimento de seus carros, um gerente que cuida da parte pessoal e no trato com os funcionários, um administrador contábil que cuida das contas do posto e uma auxiliar administrativa que trabalha no escritório da empresa, totalizando, assim, 11 funcionários ao todo.

A eles foram feitas perguntas de cunho pessoal, de relacionamento interpessoal, de relações empregatícias, satisfação no ambiente de trabalho e a relação entre suas funções laborais e a satisfação do cliente que faz uso dos serviços oferecidos pelo posto. As perguntas são de caráter objetivo e trazem como resposta sim ou não na tentativa de refinar mais a pesquisa e facilitar a percepção pretendida acerca da importância da motivação para a melhoria do ambiente organizacional e o reflexo disso em todas as relações estabelecidas ao redor da comercialização feita na empresa.

Dessa forma, as dez perguntas foram:

1- Você sabe o que quer dizer a palavra motivação e qual a relação que ela tem com o trabalho que você desempenha?

- 2- A sua relação com seus colegas de trabalho é boa?
- 3- Você acredita que o bom relacionamento dentro da empresa e questões como saber trabalhar em equipe são importantes dentro da empresa?
- 4- Você diria que seu relacionamento com o seu patrão é boa?
- 5- Você é motivado a desempenhar suas funções de uma maneira melhor e diferente a cada dia?
- 6- Você acredita que um trabalhador motivado apresenta melhores resultados do que aquele que não se sente bem onde trabalha?
- 7- Você acha que o trabalhador motivado reflete isso no atendimento aos clientes?
- 8- Você acredita que uma administração que leva em consideração a valorização do funcionário realmente surte efeito?
- 9- Você acha que para fazer com que um funcionário cumpra sua função é necessário ameaçar puni-lo ou coagi-lo?
- 10- Você acha que é importante dar compensações ou trabalhar de forma a motivar você a executar suas tarefas com eficiência é válido?

Dessa forma, pode-se analisar desses resultados que, em sua grande parte as respostas demonstraram que a motivação é importante no meio empresarial pesquisado bem como que os funcionários, mesmo sem o conhecimento científico da palavra motivação ou mesmo as teorias administrativas e sociais que giram em torno dela, entendem que estar motivado é sinônimo de fazer um trabalho com eficiência. Estar motivado para eles é o que faz terem resultados positivos na execução de suas funções.

Para além disso, sentir-se motivado é também estabelecer uma relação de pertença ao ambiente de trabalho do qual faz parte, construindo laços que não são afetivos, mas que são tão grandemente importantes quanto uma vez que permite ao funcionário sentir-se valorizado e traz para o mesmo a compreensão de que ele faz parte daquela empresa e que é de suma importância a sua satisfação em pertencer àquele quadro de colaboradores.

3.1. Gráficos representativos da análise dos resultados obtidos

A partir da interposição dessas perguntas, puderam ser observados os seguintes resultados:

- Oito dos onze entrevistados responderam SIM a primeira pergunta, enquanto 3 responderam NÃO, totalizando, respectivamente, 72,72% e 27,28%;
- Todos responderam SIM a segunda pergunta, totalizando 100%;
- Nove dos onze entrevistados responderam SIM a terceira pergunta e 2 responderam NÃO, totalizando, respectivamente, 81,81% e 18,19%;
- Todos responderam SIM a quarta pergunta, totalizando 100%;
- Seis dos onze entrevistados responderam SIM a quinta pergunta e 5 responderam NÃO, totalizando, respectivamente, 54,54% e 45,46%;
- Todos responderam SIM a sexta pergunta, totalizando 100%;
- Todos responderam SIM a sétima pergunta, totalizando 100%;
- Todos responderam SIM a oitava pergunta, totalizando 100%;
- Quatro dos onze entrevistados responderam SIM a nona pergunta e sete responderam NÃO, totalizando, respectivamente, 36,36% e 63,64%;
- Todos responderam SIM a décima pergunta, totalizando 100%;



Fonte: Gois, 2016

Ainda em relação aos resultados obtidos, também é possível a construção de outro gráfico que trate a respeito da importância da motivação para a melhoria do

ambiente organizacional de trabalho bem como da utilização da mesma para a valorização do colaborador para que a empresa alcance metas e compreenda que a importância do funcionário é a mais salutar de todas, obtendo a seguinte porcentagem:

- Máxima importância: 80%;
- Média importância: 10%;
- Pouca importância: 9%
- Nenhuma importância : 1%

Sendo assim, tem-se o seguinte gráfico em relação a importância da motivação, partir das respostas dadas nas perguntas anteriores:



Fonte: Gois, 2016

4. CONCLUSÕES FINAIS

Diante do cenário exposto anteriormente, sabe-se que, diante desta nova realidade que se apresenta, a gestão de uma empresa perpassa por atitudes que visem o desenvolvimento da mesma. Entretanto, torna-se muito importante para o sucesso da organização, utilizar uma forma de indicar onde as habilidades das pessoas são necessárias e a melhor forma possível de realizar suas funções, seja na área de produção, ou em qualquer outra unidade organizacional.

Para que isso aconteça, a liderança em uma empresa está diretamente ligada à motivação e ao desenvolvimento pessoal dos seus funcionários. O comportamento dos gestores induz o comportamento dos seus funcionários e isso influencia proporcionalmente na obtenção das metas e resultados das organizações. Assim, as necessidades dos colaboradores são satisfeitas e a organização obtém o resultado desejado.

É preciso compreender que o uso das teorias da motivação deve transformar as organizações buscando sua autonomia na criação contínua de habilidades e de novas relações de trabalho, sempre sintonizada com um processo de inovação, que gere vantagens competitivas em relação à concorrência. Tal resultado fornece um indicativo de que o investimento em programas ligados ao desenvolvimento dos recursos humanos e a motivação destes, pode proporcionar resultados positivos não só às tarefas relacionadas a produção, mas a organização como um todo, demonstrando a abrangência da ação desta gestão.

Por fim, é importante salientar que a motivação apresenta sua contribuição para a melhoria de uma empresa, pois demonstrou como uma gestão em motivação e desenvolvimento pessoal pode contribuir para trazer sucesso para as organizações. Basta que as empresas ampliem sua visão e aceitem tais estratégias como ferramentas de gestão, que vieram para propiciar uma relação sadia e duradoura entre colaborador e organização, fazendo com que estas possam competir e se sobressair no nicho de mercado ao qual pertencem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCHER, Earnest R. **O mito da motivação**. In: BERGAMINI, Cecília W.; CODA, Roberto. (Org.). **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BERGAMINI, C. **Motivação nas Organizações (4ª ed. ed.)**. São Paulo: Atlas, 1997.
- _____. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BRUM, A. M. **Endomarketing: como estratégia de gestão**. 3. ed. Porto Alegre: L&PM, 2015.
- BUENO, Marcos. **As teorias de motivação humana e sua contribuição para a empresa humanizada: um tributo a Abraham Maslow**. Revista do Centro de Ensino Superior de Catalão, Catalão, ano IV, n. 06, 1. sem. 2012
- CHIAVENATO, I. **O Capital Humano das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
- _____. **Carreira e competência: gerenciando o seu maior capital**. São Paulo: Saraiva, 2015.
- FERNANDES, André Coelho, TÓFANI, Flávio. **A Criatividade e a Motivação como Estratégias de Endomarketing para o Crescimento Organizacional**, São Paulo: Ática, 2008.
- FONSECA, R. C. **Como elaborar projetos de pesquisa e monografias – Guia Prático**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2007. GAUDENCIO, Paulo. **Superdicas para se tornar um verdadeiro líder**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- HANDY, Charles B. **Como compreender as organizações**. Tradução: Helena Maria Camacho Martins Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- KAMIA, Meiry. **A importância da motivação nas empresas**. 2ª ed. São Paulo: Sraiva, 2015.
- KWASNICKA, E. L. **Introdução a administração (5ª ed.)**. São Paulo: Atlas, 1995.
- MACÊDO, Ivanildo Izaias de; et al. **Aspectos comportamentais de gestão de pessoas**. 9.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2013
- MCGREGOR, Douglas. **O Lado Humano da empresa**. In: Balcão, Yolanda Ferreira e Cordeiro, Laerte L.. **O Comportamento Humano na Empresa**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972
- MONTANA, Patrick J. e CHARNOV, Bruce H. **Administração**. 2 ed., São Paulo: Saraiva, 2013.

RECINELA, Roberto. **O que é motivação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

TAYLOR, Frederick Winslow. **Princípios de administração científica**. Tradução: Arlindo Vieira Ramos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DECLARAÇÃO

Eu, ***Luanna Marcelle Bispo Nascimento***, declaro para os devidos fins, junto à Universidade Tiradentes que fiz a revisão segundo as normas ortográficas vigentes, do Relatório de Estágio intitulado **A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL COMO FORMA DE IMPULSIONAR EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE NO MERCADO** elaborado pelo(a) graduando(a) ***Jaine dos Santos Gois*** à luz da linguística funcional.

Aracaju (SE), 05 de dezembro de 2016.

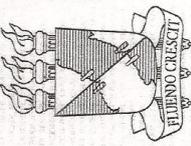
Luanna Marcelle Bispo Nascimento

RG: 30178142/SSP/SE

2º CARTÓRIO DE NOTAS DE ITABAIANA
Praça Fausto Cardoso, 69 - Centro - CEP: 45900-000 - Itabaiana/BA
Fone/Fax: (75) 3451-2284 - E-mail: cartorio@itabaiana.com.br
www.itabaiana.com.br

AUTENTICAÇÃO
Certifico que a presente cópia é reprodução fiel do original que me foi exibido. Data: 04/06/13. Assinatura: [assinatura]

SE AD 5227837
Poder Judiciário
Estado de Sergipe
www.poderjudicial.com.br



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

O Reitor da **UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**, no uso de suas atribuições e tendo em vista que **LUANNA MARCELLE BISPO NASCIMENTO**, filha de **Luiz Carlos Mota Nascimento** e de **Dianna Maria Bispo Nascimento**, nascida a **08 de maio de 1983**, natural de **Sergipe - Brasil**, portadora da carteira de identidade nº **30176142-SSP/SE**, concluiu em **05 de fevereiro de 2010** o curso de **LETRAS**, outorga-lhe o presente diploma de **LICENCIADO EM PORTUGUÊS-INGLÊS** para que possa gozar dos direitos e prerrogativas concedidos a este título pelas leis do País.

[assinatura]
PRO-REITOR DE GRADUAÇÃO

Aracaju(Se), 22 de fevereiro de 2010.

[assinatura]
REITOR

[assinatura]
DIPLOMADO

Dr. Antonio Wilson de Vasconcelos
Diretor de Ensino Superior
Min. da Educação

Dr. Carlos Roberto de Farias
Diretor de Ensino Superior
Min. da Educação

CURSO DE LICENCIATURA EM
LETRAS
Reconhecido por Decretos
n. 34.963 - D.O. 1.280/1.54 e
n. 39.039 - D.O. 1.970/5.56

MEC - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
Diploma registrada sob nº 0355
Livro 051, fls. 118em 16/03/2010
Processo nº C1836/10-31
DIED 16/03/2010
Rosa de et. para de gessos
Diretor de DAA/PROGRAD

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO
DOCUMENTO AUTENTICADO
Selo nº 5899837
ITABANA Nº 19.6173
Responsável

111023



REGISTRO GERAL 5.007.814-2 2.VIA DATA DE EXPEDIÇÃO 29/07/2009
VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

NOME
LUIZA MARCELE BISPO NASCIMENTO SANTANA

FILIAÇÃO
LUIZ CARLOS MOTA NASCIMENTO
DIANA MARIA BISPO NASCIMENTO

NATURALIDADE
ARACAJU-SE

DOC ORIGEM
CT. CASAM. NR 5421 LV BILIAUX FL 209
CPT. DIST. COM. DE ITABAIANASE
008.304.115-00

DATA DE NASCIMENTO
08/05/1983

ASSINATURADO DIRETOR
0461178116 DE 29/08/03