**A IMPORTÂNCIA DA MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO EM UMA EMPRESA DE TRANSPORTE DA CIDADE DE CAFELÂNDIA-PR.**

EFFTING, Alexssandro[[1]](#footnote-1)

PERTILE, Maria Bárbara Girotto de Souza[[2]](#footnote-2)

**Resumo: No cotidiano organizacional, além de uma boa liderança, é fundamental que entre a equipe haja** comunicação, confiança, respeito, reciprocidade e empatia. No entanto, pesquisas demonstram que o caminho para êxito está na **motivação, que é uma das principais chaves para aperfeiçoar o alcance dos objetivos intrínsecos** tanto a nível individual quanto organizacional, pois colaboradores satisfeitos mantém clima organizacional da empresa, que tenderá a ser equilibrado, proporcionando sucesso profissional e pessoal à organização. Por meio de uma pesquisa inicialmente exploratória de caráter qualitativo, este estudo buscou levantar considerações acerca da importância da motivação para o ambiente de trabalho. E através de um estudo de caso em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia-PR, foi realizada a pesquisa quantitativa, na qual se averiguou os impactos da motivação no ambiente de trabalho e no clima organizacional da empresa. Com os resultados do questionário aplicado e com a fundamentação teórica foi possível averiguar a importância da criação de um ambiente propício à motivação que consequentemente impulsione criatividade e inovação à organização. No entanto no caso da empresa analisada os resultados foram insatisfatórios, pois os funcionários apresentaram várias queixas. Sendo assim, sugere-se aos gestores que proporcionem *feedback* esporadicamente para sua equipe, ouvindo-os a fim de equilibrar o clima empresarial.

**Palavras-Chave**: Clima organizacional. Comunicação organizacional. Liderança. Motivação.

# 1 INTRODUÇÃO

A motivação no ambiente de trabalho tem sido assunto em pauta na área da administração, pois existe grande preocupação em compreender o comportamento humano e sua influência no progresso das organizações, pois atualmente uma grande estrutura, e uma boa oferta de produtos e serviços perde seu valor quando a equipe envolvida não presenta motivação e união por um objetivo em comum. Assim, estudar o comportamento dos colaboradores, bem como considerar suas necessidades e especificidades é algo que leva a empresa para o sucesso. Sabe-se que o comportamento e o comprometimento dos funcionários é algo que não pode ser comprado pela empresa e sim conquistado, e essa conquista resultará em recompensas, incentivos do interesse do funcionário, pois ser reconhecido e valorizado por seu bom desempenho e esforço é algo motivador que inspira ainda mais dedicação.

Segundo Chiavenato (2000), o comportamento está diretamente relacionado com a motivação, que é ocasionado com base nas necessidades existentes no indivíduo, que se orienta em direção aos objetivos que possam satisfazê-las. Conforme o autor, o homem é considerado um ser dotado de necessidades que se alternam ou progridem conjunta ou isoladamente, assim, satisfeita uma necessidade, surge outra em seu lugar, contínua e infinitamente. As necessidades motivam o comportamento humano dando-lhe direção e conteúdo. O homem se caracteriza por um padrão dual de comportamento: tanto pode cooperar como pode competir com os outros.

Por conseguinte, evidencia-se a necessidade das organizações contemporâneas revisarem os papéis dos indivíduos, assim como o resultado dos seus trabalhos, devido a tantos dilemas que dificultam o papel de gestores e líderes (CASTRO, 2008). Diante disso, infere-se que em uma organização formada por pessoas, é necessário entender as particularidades de cada um que a compõe, descobrindo assim o que motiva cada integrante no dia a dia para alcançar suas conquistas e objetivos. Então, entender o que motiva as pessoas é o primeiro passo para abordar o processo de gerenciamento do clima organizacional de uma empresa.

O tema desse estudo enfatiza a análise de gestão de pessoas nas organizações, tanto para fins de saúde e qualidade de vida dos colaboradores, como para a produtividade e competitividade da empresa. O objetivo geral do trabalho é analisar a influência da motivação no ambiente de trabalho com foco em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia-PR. Sendo assim, a pesquisa busca responder a seguinte problemática: Qual a importância da Motivação para o ambiente de trabalho em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia?

A metodologia da pesquisa inicialmente foi exploratória de caráter qualitativo, buscando levantar considerações acerca da importância da motivação para o ambiente de trabalho, promovendo reflexões sobre teorias do clima organizacional e seus possíveis desdobramentos relativos à motivação. Em sequência por meio de uma pesquisa quantitativa, através de um estudo de caso em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia-PR, realizando com os colaboradores um questionário (ANEXO 1) sobre a relação do clima organizacional com a motivação existente no ambiente de trabalho de uma empresa de transportes de Cafelândia. Nesse sentido, o estudo proposto busca avaliar o impacto causado pela falta de motivação no ambiente de trabalho, refletindo como a motivação, ou a falta da mesma afeta o clima organizacional da empresa de transporte.

Mediante os estudos em Lacombe (2005), é possível compreender que atualmente uma organização bem sucedida é aquela que sempre está atenta para compreender os sentimentos, as necessidades e motivação dos colaboradores, e assim proporcionar um clima de trabalho propício a atingir resultados, beneficiando aos funcionários e a empresa.

# 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo o dicionário Michaelis (2016) motivação resume-se numa gama de fatores de natureza afetiva, intelectual ou fisiológica, que operam no indivíduo, e definem seu comportamento. No entanto, conforme pesquisas em Bergamini (2008) muitas pessoas não sabem o que verdadeiramente as motiva. Entende-se um fator a ser considerado, no ponto de vista pessoal e a importância do autoconhecimento, adicionado ao fato de saber identificar o que realmente é necessário ou não, e onde se quer chegar e como.

O produto dos sentimentos individuais e grupais em relação à realidade percebida chama-se clima organizacional. O clima é formado pelo sentimento que as pessoas partilham a respeito da organização e afetam de maneira positiva ou negativa ou negativa sua satisfação e motivação para o trabalho (...) A pesquisa do clima organizacional é uma técnica que permite aferir de modo sistemático os sentimentos das pessoas a respeito de vários aspectos da organização e de seus administradores (MAXIMIANO, 2000, p. 261-262).

Segundo Chiavenato (2002), a motivação é um processo que começa com alguma deficiência, que pode ser fisiológica, psicológica ou até mesmo uma necessidade que estimula comportamento ou impulso direcionado a um objetivo ou incentivo. E a compreensão do processo de motivação consiste no significado e no relacionamento entre necessidades, impulsos e incentivos. Portanto existe certa dificuldade na compreensão do processo motivacional, pois não há uma única motivação, uma vez que cada integrante da equipe é motivado a seu modo e isso influencia no desenvolvimento de suas tarefas.

Sendo assim, uma estratégia específica que atenda concomitantemente a todos os envolvidos é de fato inexistente e levanta a necessidade de se considerar às peculiaridades humanas, à pluralidade de pensamentos, bem como a conveniência propícia ao ambiente organizacional.

2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL E SUA RELAÇÃO COM A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

As percepções e sentimentos existentes em relação à realidade objetiva das organizações, desde espaço físico a objetivos pessoais que incluem o ideal de salário, refeitórios, condições de trabalho, benefícios e integração com colegas, tudo isso coexiste no produto de sentimentos chamado clima organizacional (MAXIMIANO, 2000).

Quando é percebido de maneira satisfatória pelos envolvidos, o clima organizacional pode aumentar a eficiência da equipe e da organização, beneficiando a todos, porque como as empresa almejam criatividade e praticidade, trabalhar em um ambiente agradável proporciona estímulo na produção, que se converte em maior rentabilidade para a empresa, pois as pessoas ficam motivadas a lutar pelo êxito do mesmo time. A respeito disso corrobora Lacombe (2005, p.236):

O clima organizacional refere-se: ... O grau de satisfação do pessoal com o ambiente interno da empresa. Está vinculado à motivação, à lealdade e à identificação com a empresa, à colaboração entre pessoas, ao interesse no trabalho, à facilidade das comunicações internas aos relacionamentos entre as pessoas, aos sentimentos e emoções, à interação da equipe e outra variáveis.

O clima organizacional parte do princípio de que existe a necessidade de colaborador sentir-se bem no meio em que trabalha, para que sejam alcançados os objetivos almejados. Este entendimento é muito importante para que haja determinadas ações de mudanças não só por parte dos profissionais de Recursos Humanos, mas por parte de todo o corpo gerencial da organização.

A palavra clima origina-se do grego *klima,* e significa em que determinado estado se encontra as necessidades da organização e de seus membros, ou seja, se estas estão sendo atendidas conforme seu grau de importância para alcançar a eficácia organizacional (BERGAMINI; CODA, 1997).

Segundo Palácios e Freitas (2005, p.46), o termo clima organizacional expressa claramente uma metáfora derivada da meteorologia. “O clima, em termos meteorológicos, varia em função de aspectos tais como região, estações do ano e ação de outros agentes da natureza”, ou seja, tanto na natureza como também nas empresas, o clima pode se encontrar de maneira instável, mudando e influenciando o comportamento.

Analisar o ambiente de trabalho é a base para entender como a organização atua no modo de liderar e influenciar no interesse e desempenho dos funcionários. Assim a pesquisa acerca do clima organizacional busca identificar de modo sistemático os sentimentos das pessoas a respeito de vários aspectos da empresa e seus líderes e esclarecer as percepções dos membros da organização sobre os temas e valores que representam as justificativas dos níveis de satisfação dos funcionários da empresa (BERGAMINI; CODA, 1997).

Para garantir a satisfação dos empregados não basta aumentar os salários e os benefícios (...) o que faz o clima: desafios; cultura vencedora; reconhecimento; equidade; liderança; oportunidade de carreira; programas de treinamento; bolsas de estudo; ambiente de aprendizagem; ambiente acolhedor (BOOG,2002, p.202).

Contudo, compreender a relação entre clima organizacional, liderança e motivação passa a ser relevante a fim de analisar como as áreas de gestão de pessoas devem atuar a fim de obter resultados necessários a consecução da estratégia organizacional. Assim, para medir o clima organizacional utilizam-se entrevistas, dinâmicas de grupo, bem como aplicação de questionários. Depois de relacionados os resultados e analisados, a empresa avalia o que precisa ou não aprimorarem seu desempenho, com o objetivo de sempre melhorar suas estratégias para se destacar no mundo competitivo.

Com a pesquisa é possível inferir que a relação entre motivação e o clima organizacional é causal. Seguindo este pensamento Chiavenato (2008) diz que quando há elevada motivação entre os funcionários, o clima organizacional tende a ser elevado e proporciona relações de satisfação, de animação, de interesse e de colaboração; todavia, quando há baixa motivação entre eles, seja por frustração ou por barreiras, a satisfação das necessidades individuais bem como o clima organizacional tende a baixar.

2.2RELAÇÃO ENTRE LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO

Gerenciar talento humano está se tornando cada vez mais indispensável para uma organização obter sucesso. Reter pessoas não significa só ter talentos, é preciso haver um potencial competitivo que valorize o colaborador, e que este trabalhe com motivação para alcançar os resultados prepostos (CHIAVENATO, 2010).

Devido a tantos desafios existentes no ambiente globalizado e competitivo, a preocupação com a motivação também se torna um aspecto estratégico, pois as lideranças buscam pessoas criativas que se comprometam com os objetivos da organização. Desta forma, motivar significa incentivar uma pessoa a agir, a realizar e conquistar metas e objetivos, evitando sua acomodação, e prevalecendo a criatividade (GRIFFIN, MOORHEAD, 2006).

O tema liderança tornou-se cada vez mais citado, no mundo corporativo, pois se acredita que o líder é quem alinha os recursos da empresa para conseguir transformá-la num ambiente consideravelmente eficaz, competitivo e de grande realização para seus membros. Segundo Bassan (2007, p.37) “a palavra liderança provém da língua inglesa *to lead,* cuja tradução é conduzir, guiar, dirigir, comandar, persuadir, encaminhar, encabeçar, chefiar”. Assim, líder é o indivíduo que tem poder, autoridade, status, que exerce influência sobre determinado grupo, e que se destaca por algum feito ou atividade.

A liderança emana do conhecimento, da perícia, das habilidades interpessoais e não da atuação da autoridade. Os líderes removem as barreiras que impedem as pessoas e as organizações de atingirem a excelência. No processo do trabalho, são os que assumem papel de relevância, pois são aqueles que devem planejar organizar, coordenar e controlar os esforços dos indivíduos e determinar o melhor caminho a seguir. É aquele que consegue a confiança da empresa a curto prazo e a confiança das pessoas a longo prazo (BALDUCCI; KANAANE, 2007, p.5)

Robbins (2005) afirma em sua Teoria dos Traços dois fatores que podem indicar a liderança, conforme o autor, o primeiro fator destaca que os traços podem indicar a liderança e o segundo é o fato de um indivíduo apresentar determinados traços e ser considerado um líder, no entanto não significa que ele será um líder de sucesso.

As empresas da atualidade caminham na era da globalização e estão cada vez mais exigentes, transformando a gestão de pessoas em gestão de talentos, assim, seus colaboradores veem a oportunidade de crescimento, e o desenvolvimento de sua competência no fator liderança (BOOG, 2002).

Segundo Robbins (2005) a liderança organizacional requer muita confiança que se baseia em intimidação, conhecimento e identificação. Uma das descobertas muito interessantes sobre a liderança é a percepção de que os líderes eficazes geralmente são considerados como coerentes e assertivos em suas decisões.

Líder é aquele que com seu poder, influencia as pessoas, conduzindo-as na direção que sozinhas não conseguiriam, motivando-as a correr atrás dos seus objetivos. É possível identificar três tipos de poder: o poder legítimo, que ocupa a posição por mérito; o poder referente, que as pessoas respeitam e admiram; o poder do saber, que se baseia nos conhecimentos adquiridos (LACOMBE, 2005).

A liderança é uma forma de influência que condiciona o comportamento dos liderados, por isso se realizam estudos nessa área com grande frequência, pois ela é vista como uma atividade vital para o sucesso das organizações. Um dos maiores desafios dos líderes, conforme pesquisa para este estudo é lidar com mudanças, por isso é necessário que desde a contratação o colaborador conheça a cultura de sua empresa, para que se adapte e faça parte junto com ela de um bom clima organizacional (BAHIENSE, 2003).

Relativamente à influência da liderança, Gehringer (2003) aborda que o verdadeiro líder sempre almeja construir uma ponte e não um muro, facilitando a vida dos subordinados auxiliando-os a alcançar possíveis soluções. O autor ainda ressalta que a verdadeira liderança é realmente consistente e duradoura, só existe quando há respeito mútuo entre o líder e o subordinado. Cabe ao líder, por meio de suas ações junto à equipe de trabalho, gerar oportunidades para realização das pessoas, reconhecer o trabalho bem feito e criar desafios que motivam e energizam.

2.3 TEORIAS MOTIVACIONAIS

É frequente gestores não entenderem por que alguns funcionários se sentem mais motivados que outros para determinadas atividades do dia a dia. Isso ocorre porque as pessoas são dotadas de valores e interesses diferenciados, bem como formação profissional, familiar e de vida. O grande desafio parece se entender às diferenças para colocar em prática no trabalho.

Robbins(2005) define a motivação como o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de alguém para atingir uma meta. Ele dividiu as teorias em dois grandes grupos: antigas teorias- são os pilares sobre os quais teorias posteriores se basearam, e alguns executivos ainda utilizam dessa da sua essência e conceitos- e teorias contemporâneas- propõe uma análise mais detalhada-.

Bergamini (2008, p.4) afirma que:

A motivação é uma força que se encontra no interior de cada pessoa e que pode estar ligada a um desejo [...] uma pessoa não pode jamais motivar outra, o que ele pode é estimulá-la. A probabilidade de ela seguir uma orientação desejável está diretamente liga a força de um desejo.

Segundo Chiavenato (2005) o pesquisador Kurt Lewin foi A principal inspiração dos autores da Escola das Relações Humanas, e em suas pesquisas já se referia ao importante papel da motivação no comportamento social. Para Lewin (*apud*Chiavenato, 2005) o comportamento humano não dependia do passado ou do futuro, mas do campo dinâmico atual e presente, que é o que liga as pessoas ao ambiente psicológico.

Na Teoria Comportamental, citada por Chiavenato (2005), o homem continuou sendo o centro dos estudos, mas dentro de um contexto organizacional mais amplo, com posições explicativas e descritivas. Dentro dessa teoria, no campo da motivação salientam-se Abraham Maslow, Frederick Herzberg e David McCelland.

2.4 TEORIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES

Para Chiavenato (2005), Abraham Maslow (1908-970) foi um dos maiores especialistas em motivação humana. Maslow elaborou a Pirâmide das Necessidades, também chamada de Hierarquia das Necessidades, segundo a qual as necessidades humanas estão organizadas dispostas em níveis , em uma hierarquia de importância e de influência.

Figura 1 - Hierarquia das Necessidades de Maslow

Fonte: Adaptado de Robbins (2009, p. 49).

Segundo Maslow (apud Robins, 2009), há cinco patamares de necessidades formando uma pirâmide (como demonstrada na figura 1) e na medida em que cada uma delas é atendida, a próxima torna-se importante e necessária a ser conquistada. Seguidamente apresentam-se a descrição da hierarquia das necessidades para conhecimento (Maslow *apud* Chiavenato,2004):

* Necessidades fisiológicas: referem-se às necessidades de alimentação (fome e sede), sono e repouso (cansaço), abrigo (frio e calor), desejo sexual, etc. Relacionam-se à sobrevivência do indivíduo e preservação da espécie. São instintivas e já nascem com o indivíduo. São as mais prementes de todas as necessidades humanas; quando não satisfeitas às outras também não serão.
* Necessidades de segurança: referem-se às necessidades de segurança, estabilidade, busca de proteção contra ameaça ou privação e fuga do perigo. Surgem no comportamento quando as necessidades fisiológicas estão relativamente satisfeitas.
* Necessidades sociais: surgem quando as mais baixas (fisiológica e de segurança) encontram-se relativamente satisfeitas. Referem-se às necessidades de associação, participação, amizade, afeto, amor, e aceitação por parte dos colegas. Quando não estão suficientemente satisfeitas, o indivíduo torna-se resistente, antagônico e hostil com relação às pessoas que o cercam. A sua frustração conduz à falta de adaptação social, ao isolamento e à solidão. Dar e receber afeto são importantes forças motivadoras do comportamento humano.
* Necessidades de estima: estão relacionadas à maneira pela qual o indivíduo se vê e se avalia. Envolvem auto apreciação, autoconfiança, necessidade de aprovação social e de respeito, status, prestígios e consideração. Incluem ainda o desejo de independência e autonomia. Sua satisfação conduz a sentimentos de autoconfiança, valor, força, prestígios, poder, capacidade e utilidade. Sua frustração produz sentimentos de inferioridade, fraqueza, dependência, desamparo ou desanimo.
* Necessidades de autorrealização: referem-se às necessidades humanas mais elevadas e que estão no topo hierarquia. Estão relacionados à do próprio potencial e ao autodesenvolvimento contínuo da pessoa. E o impulso para tornar-se sempre mais e de vir a ser tudo o que pode ser. O comportamento motivado funciona como um canal através do qual as necessidades são expressas ou satisfeitas.

Maximiano (2004) destaca que conforme a teoria de Maslow, as pessoas estão em contínuo processo de desenvolvimento e progridem ao longo das necessidades buscadas, atendendo uma após a outra, e orientando-se para a autorrealização, que por sua vez não está necessariamente no topo da hierarquia.

2.5 TEORIA DE DOIS FATORES – HERZBERG

Mediante estudos de Robbins (2009), compreende-se que a teoria de dois fatores, também chamada de teoria da higiene-motivação, foi proposta pelo psicólogo Frederick Herzberg e defende que os fatores que levam à satisfação no trabalho são diferentes e independentes daqueles que levam a insatisfação.

Para Chiavenato (2005), os fatores higiênicos também são chamados de extrínsecos, pois estão localizados no ambiente que rodeia as pessoas e abrangem as condições dentro das quais elas desempenham seu trabalho. Os principais fatores higiênicos são: salário, benefícios sociais, tipos de chefia ou condições físicas e ambientais de trabalho.

Diante dos expostos, pode-se afirmar que fatores motivacionais ou fatores intrínsecos estão relacionados com o conteúdo do cargo e com a natureza das tarefas que a pessoa executa. Os fatores motivacionais estão sob o controle do indivíduo, pois estão relacionados com aquilo que ele faz e desempenha. Envolvem sentimentos de crescimento individual, reconhecimento profissional e autorrealização, dependem das tarefas que o indivíduo realiza no seu trabalho. O efeito dos fatores motivacionais sobre as pessoas é profundo e estável. Quando os fatores motivacionais são ótimos, eles provocam satisfação nas pessoas, (CHIAVENATO, 2005).

Para proporcionar continuamente motivação no trabalho, Herzberg propõe o ‘’ enriquecimento de tarefas’’ ou ‘’ enriquecimento do cargo’’ (*job enrichment*): consiste em substituir as tarefas simples e elementares do cargo por tarefas mais complexas para acompanhar o crescimento individual de cada empregado, oferecendo-lhe condições de desafio e de satisfação profissional no cargo (CHIAVENATO, 2003, p.335).

Figura 2 – Teoria dos dois fatores de Herzberg

|  |  |
| --- | --- |
| **Fatores Higiênicos- que afetam a insatisfação** | **Fatores Motivacionais – que afetam a satisfação** |
| Qualidade da supervisão;  Remuneração;  Políticas corporativas;  Condições físicas de trabalho;  Relacionamento interpessoal;  Segurança no emprego. | Oportunidades de promoção;  Oportunidades de crescimento pessoal;  Reconhecimento;  Responsabilidade;  Realização. |

Fonte: Adaptado de Robbins,2009

Em suma, Chiavenato (2008) afirma que a teoria dos fatores caracteriza que: a satisfação no cargo é função do conteúdo ou atividades desafiadoras e estimulantes do cargo, chamados de fatores motivadores. E a insatisfação no cargo é função do ambiente, da supervisão, dos colegas e do contexto geral do cargo que são chamados de fatores higiênicos.

2.5 TEORIA X E TEORIA Y

Douglas McGregor (1906-1964) compara dois estilos opostos e antagônicos de administrar: de um lado, um estilo baseado na teoria tradicional, mecanicista e pragmática (a qual deu o nome de Teoria X), e, de outro, um estilo baseado nas concepções modernas a respeito do comportamento humano a qual denominou Teoria Y, (CHIAVENATO, 2003).

Sobre a Teoria X, as quatro premissas dos executivos são: 1. Os funcionários não gostam de trabalhar por sua própria natureza(...). 2.Como eles não gostam de trabalhar, precisam ser coagidos, controlados ou ameaçados com punições para que atinjam as metas.3.Os funcionários evitam responsabilidades e buscam orientação formal sempre que possível.4.A maioria dos trabalhadores coloca a segurança acima de todos os fatores associados ao trabalho e mostra pouca ambição (ROBBINS 2005, p. 134).

Já a teoria Y apresenta funcionários adeptos que encaram o trabalho como fonte de satisfação, sendo capazes de obter os melhores resultados através da dedicação. Com o propósito oposto à Teoria X, a Teoria Y identifica a administração como um processo de criar oportunidades e valoriza a competência e o autodesenvolvimento das pessoas (CHIAVENATO, 2003).

McGregor (*apud* BERGAMINI,2008, p.5) afirma que “o indivíduo cujas necessidades de nível inferior foram satisfeitas não está motivado para satisfazê-las mais. Praticamente, elas deixam de existir (...)”.

Figura 3 – A Teoria X e a Teoria Y como diferentes concepções a respeito da natureza humana

|  |  |
| --- | --- |
| **PRESSUPOSIÇOES DA TEORIA X** | **PRESSUPOSIÇOES DA TEORIA Y** |
| * As pessoas são preguiçosas e indolentes. | * As pessoas são esforçadas e gostam de ter o que fazer. |
| * As pessoas evitam o trabalho. | * O trabalho é uma atividade tão natural como brincar ou descansar. |
| * As pessoas evitam a responsabilidade, a fim de se sentirem mais seguras. | * As pessoas procuram e aceitam responsabilidade e desafios. |
| * As pessoas precisam ser controladas e dirigidas. | * As pessoas podem ser automotivadas e autodirigidas. |
| * As pessoas são ingênuas e sem iniciativa. | * As pessoas são criativas e competentes. |

Fonte: Adaptado de Chiavenato (2003, p. 339).

Para Robbins (2005, p.134), “não existem evidências de que as premissas de ambas as teorias sejam válidas, nem de que a aceitação das premissas da Teoria Y e a alteração do comportamento individual (...) resultem num funcionário mais motivado”. Sendo assim, conforme o autor tanto as Teorias X e Y, quanto às outras citadas, não são padrões de administração, mas conjuntos de pressupostos sobre a natureza humana no trabalho. São estratégias e não técnicas ou práticas gerenciais. São concepções que sustentam os comportamentos gerenciais no mundo do trabalho e no universo das organizações.

# 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo destina-se essencialmente a apresentar toda a argumentação e procedimentos metodológicos utilizados na elaboração deste trabalho. Por meio de uma pesquisa inicialmente exploratória de caráter qualitativo, este estudo buscou levantar considerações acerca da importância da motivação para o ambiente de trabalho, fundamentando o estudo para alcançar os objetivos propostos.

Por meio da pesquisa bibliográfica qualitativa, foram revisadas várias obras literárias e também artigos retirados da Internet, sobre clima organizacional e sua relação com a motivação no ambiente de trabalho; liderança e seus desdobramentos e as principais teorias motivacionais, por meio de citações. Segundo Severino (2007) a pesquisa bibliográfica é aquela realizada a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores de outros pesquisadores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses, etc.

Em sequência, um questionário semiestruturado foi aplicado para estudo de caso em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia-PR, ou seja, uma pesquisa de campo quantitativa que tornou possível identificar quais os fatores mantém os funcionários motivados. Segundo Severino (2007) a pesquisa quantitativa é um modelo de conhecimento científico, denominado positivista, que se adequou perfeitamente a apreensão e ao manejo do mundo físico, tornando-se assim um modelo para constituição das ciências.

Participaram da pesquisa 80 colaboradores, que responderam anonimamente ao questionário aplicado preservando sua identidade, para fins de obter resultados precisos sobre o tema proposto. Foram elaboradas dez questões objetivas, contanto com alternativas com o objetivo compreender como a motivação desempenha papel fundamental no ambiente de trabalho da empresa, observando sua relação com o clima organizacional, desempenhando um papel importante para compreensão do comportamento no grupo, significando as reflexões teóricas obtidas por meio da pesquisa bibliográfica, bem como perceber onde as pessoas podem alcançar a autoestima enquanto a administração tende a melhorar.

Segundo Lakatos (1992,) o questionário é constituído por uma série de perguntas que devem ser respondidas pelos participantes sem a presença do pesquisador, para que não haja nenhum tipo de interferência, e as respostas sejam mais fidedignas o possível. Portanto, assim foi feito.

Com isso foi possível verificar os impactos da motivação no ambiente de trabalho e no clima organizacional da empresa, significando os conhecimentos obtidos por meio das teorias, com a exemplificação por meio do relato dos colabores que convivem no cotidiano da empresa avaliada. Com os resultados do questionário aplicado e com a fundamentação teórica foi possível averiguar a importância da criação de um ambiente propício à motivação que consequentemente impulsione criatividade e inovação à organização.

Finalmente, os dados colhidos serão apresentados de forma estatística, com seu arranjo, análise e compreensão, determinando a fidelidade dos dados, com grau de certeza que se terá acerca dos mesmos (LAKATOS, 1992).Gráficos serão utilizados em sequência para demonstrar os resultados, comentados conforme embasamento nas citações bibliográficas de vários autores sobre a Importância da Motivação no ambiente de trabalho e da criação de um ambiente de clima propício para que a empresa alcance seus objetivos com primor.

# 4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos com a aplicação do questionário realizado com os colaboradores de uma empresa de transporte de passageiros na cidade de Cafelândia, Paraná. Por meio de gráficos serão demonstrados os resultados do questionamento, comentados mediante embasamento teórico.

A empresa de transporte de passageiros estudada funciona sob o regime de fretamento, com sede localizada na cidade de Cafelândia no oeste do Estado do Paraná. A empresa é prestadora deste serviço há 15 anos, possuindo ao todo 108 colaboradores. No entanto foram aplicados questionários com os colaboradores do setor operacional e do escritório da empresa de transporte, alcançando uma amostra de 80 pessoas que foram consideradas para análise.

Os resultados da pesquisa realizada na empresa de transporte serão expostos a seguir com a apresentação de gráficos para demonstração dos resultados, conforme embasamento nas citações bibliográficas de vários autores sobre a Importância da Motivação no ambiente de trabalho.

Gráfico 1: Faixa Etária

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020).

A primeira questão objetivou colher a faixa etária dos participantes. Como o gráfico indica, foi possível verificar que dos 80 colabores que participaram:31% possuem até 18 anos; 44 % de 18 a 25 anos; 12% de 26 a 32 anos e 13% mais de 32 anos, observando-se assim que em sua maioria os participantes possuem menos de 30 anos.

Para Robbins (2005), a relação existente entre idade e desempenho das pessoas numa organização traz instrumentos de grande importância para diversos estudos, o autor ainda ressalta que quanto mais velho o funcionário fica, menor é a chance de que ele deixe seu emprego.

Por outro lado, para Lacombe (2005), pessoas jovens tendem a buscar seguir modelos e padrões comportamentais, aderindo à cultura da empresa com mais facilidade. Assim para a empresa é bem mais fácil e produtivo quando seus colaboradores entendem e faz uso da cultura da empresa, o que lhes proporciona uma identidade respeitada de maneira forte e equilibrada, e que torna a organização mais competitiva. Portanto a segunda questão foi acerca do tempo de serviço dos participantes como explicita o gráfico a seguir:

Gráfico 2: Tempo de empresa

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

Vale ressaltar que apesar de a empresa atuar a 15 anos, no gráfico nota-se que 50% dos participantes têm até 1 ano de empresa, 44% tem de 1 a 5 anos de empresa, e apenas 6% têm acima de 10 anos de empresa. Conforme pesquisas em Robbins (2005) o tempo de empresa assim como o tempo de permanência em um mesmo emprego indica evidências de estabilidade, o que representaria um ponto positivo entre esse tempo e desempenho, já que mostra disso, os colaboradores apenas permanecem em seus empregos se estiverem satisfeitos com o líder, o gestor e com o clima organizacional.

Gráfico 3: Liberdade para expressar opiniões

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

O terceiro gráfico foi feito com base no questionamento acerca da liberdade de expressar opiniões dentro da empresa. Conforme apresentado acima, verificou-se que 50 % têm liberdade para expressar suas opiniões diferentes, contrárias às de seu líder a respeito do que acontece no ambiente de trabalho, 12% acreditam que não possuem essa liberdade, e 38% dizem ter liberdade para expressar suas opiniões diferentes às vezes.

Por este resultado entende-se que os colaboradores estão divididos quanto à expressão de suas opiniões, apesar de metade ter afirmado que sim, a outra metade apresenta dúvida, uma possível insegurança ou resposta negativa, e é possível inferir que para o clima ideal de uma empresa, não é o resultado esperado. Para Chiavenato (2009), é importante para os funcionários sentir que tem influência na organização, pois proporciona segurança ao colaborador para expressar suas opiniões contrárias ao de seu superior.

Para que haja uma boa liderança, é necessário que o líder não faça desnecessário uso da autoridade, ou seja, os colaboradores precisam ter um pouco de liberdade para expressar suas necessidades e opiniões. E um bom líder é aquele que tem a capacidade de influenciar as pessoas em direção ao alcance de objetivos, é o que modifica o comportamento e a atitude das pessoas, de forma a potencializá-las para execução de trabalhos e desenvolvimento de equipes, dentre outras inúmeras formas de gerenciamento existentes (BALDUCCI, KANAANE, 2007).

Gráfico 4: Objetivos, metas, visão, missão e valores.

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

Quando questionados acerca do conhecimento dos objetivos, metas, visão e valores da empresa, 81% dos participantes respondeu que sim, e apenas 19% disseram que às vezes. Resultado que reflete a qualidade do ambiente de trabalho percebida pelos colaboradores da empresa.

Conhecer sobre os objetivos, metas, visão, missão e valores da empresa representa um grande desafio hoje em dia, pois quando os colaboradores fazem uso desses princípios, quer dizer que ali existe uma cultura forte. Tanto que, quando há mudanças na organização é necessário que os representantes, no caso os líderes evitem deixar enfraquecer esta cultura, no entanto sem dificultar quanto à implantação de novas ideias (ROBBINS, 2005).

O clima organizacional demonstra a grande satisfação das pessoas em relação ao ambiente interno da empresa; está ligado à motivação, à lealdade, à identificação com a empresa, à integração com a equipe, aos relacionamentos entre os funcionários, otimizando assim o desempenho de cada dia da organização (LINKERT *apud* LACOMBE, 2005).

Gráfico 5: Valorização e reconhecimento

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

.

Quando questionados sobre o sentimento de valorização e reconhecimento 19% dos participantes responderam positivamente, enquanto 25% responderam não ser reconhecidos ou valorizados e 56 % disseram ser às vezes reconhecidos ou valorizados.Com este resultado observa-se que a maioria dos colaboradores não se sente valorizada ou reconhecida pelos seus líderes.

A organização deve considerar este percentual e analisar as possíveis medidas para melhorar estes resultados, pois o não reconhecimento e a não valorização de um funcionário pode causar prejuízos não só à empresa, no que diz respeito ao clima, mas principalmente ao funcionário, que se sentirá insatisfeito.

Tiffin (1997) colabora com este raciocínio ao afirmar que a necessidade de ser reconhecido por outros, afeta a autoestima do trabalhador e consequentemente o desandar da empresa, pois a autorrealização leva ao crescimento contínuo e criatividade do indivíduo, de modo que funcionários criativos com sede de progresso seriam de grande benefício para a organização. Se estes itens não forem levados em consideração pelos empregadores podem ocorrer decepções entre funcionários, travando o bom andamento da organização envolvida.

Para Chiavenato (1999), o relacionamento entre o líder e o subordinado nem sempre é cooperativo e satisfatório, muitas vezes se torna um relacionamento tenso e conflitivo podendo afetar o clima organizacional da empresa. Por isso é preciso que haja entendimento das duas partes, para que os objetivos principais sejam alcançados.

Gráfico 6: Tomada de decisão

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

O gráfico acima demonstra que 56% dos colaboradores acreditam que seu líder faz com que entre os membros da equipe, pontos de vista divergentes sejam debatidos antes de tomar uma decisão, 25% disseram não e 19% às vezes.

Na liderança democrática, o líder orienta o grupo a executar suas atividades, fazendo-o participar da tomada de decisão, assim todo o grupo pode e deve contribuir com sugestões para que toda a organização atinja os resultados esperados (BOWDITCH, 1992; CHIAVENATO, 2000; LACOMBE, 2003).

Entende-se que esse resultado é positivo tanto para o clima, quanto para a cultura da empresa. Pois debater as ideias antes de coloca-las em prática, faz com que todos participem de uma forma ou de outra da tomada de decisão, o que aumenta a produtividade e a satisfação de todos. Assim, os colaboradores sentem-se inseridos àquela organização e passam a adotar os valores, políticas, normas e cultura da empresa. Portanto, no ambiente interno o líder exerce uma boa comunicação e principalmente abre espaço para as opiniões de seus subordinados, tudo tem influenciam o alcance dos relutados desejados (LACOMBE,2005).

Gráfico 7: Satisfação com o trabalho

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

No gráfico 7 verificou-se que 58% dos participantes da pesquisa consideraram-se satisfeitos com as atividades desenvolvidas na empresa, enquanto 31% se consideram às vezes satisfeitos e 11% declararam-se insatisfeitos. Pode-se avaliar esse resultado como satisfatório, pois a maioria dos colaboradores manifestou satisfação com o trabalho que realizam na empresa. Isso também demonstra um resultado positivo em relação a empresa, o que influencia na baixa rotatividade de empregos no quadro de funcionários.

Para Coda (1997), a satisfação no trabalho é como um estado de percepções e avaliações que determinam ou influenciam as tendências comportamentais. Spector acrescenta que, a satisfação “tem sido apresentada como a causa de importantes realizações das organizações e dos funcionários, do desempenho no trabalho, da saúde e longevidade.” (2002, p.221 ). O autor ainda enfatiza que a satisfação no trabalho é a variável central das teorias que estudam os fenômenos organizacionais como a natureza do trabalho, a supervisão e o ambiente.

Gráfico 8: *Feedback*

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

Mediante observação do gráfico acima quando questionados a respeito de o líder informar a todos o que acha da tarefa cumprida 44% responderam sim, 19% não e 37% às vezes. Portanto o resultado mostra que o líder nem sempre diz sua opinião sobre as tarefas realizadas pelos colaboradores, trazendo assim um clima pouco eficaz para a empresa. Pois para conseguir bons resultados, os líderes devem inserir no seu método de liderança comunicação dos objetivos da empresa, fornece feedbacks, entre outros estímulos.

Para Chiavenato (1999), o papel do líder inclui o processo de levar os outros a fazer o que é necessário para atingir o objetivo da organização. O líder deve ter uma grande capacidade de argumentar, para fazer ouvir suas ideias e orientar o trabalho para fins da organização, e é através dos resultados recebidos de volta que o líder poderá medir qual influência que exerce sobre seus subordinados.

Quando há conflitos na empresa, é preciso que o líder saiba logo no início e para que isso ocorra é necessário adquirir a confiança dos subordinados, e ouvi-los sempre. A maneira mais precisa e eficaz de se adquirir confiança, é manter sempre as pessoas bem informadas, proporcionar feedback, explicar as decisões e políticas, ter sinceridade (LACOMBE, 2005).

Gráfico 9: Contribuição no sucesso da empresa

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

Em relação ao gráfico acima 56%, ou seja, mais da metade dos entrevistados afirma serem motivados a compreenderem-se como contribuintes no sucesso da empresa, 13% responderam não e 31% disseram às vezes. Sobre isso, Robbins (2005) classifica as formações de equipe como: equipes de interesse, de amizade, de comando e de tarefas. Averígua-se que equipes de trabalho em ambientes organizacionais têm como finalidade melhorar a forma de realização das atividades, a interação das pessoas e o nível de comunicação, reduzir gastos.

Com isso aperfeiçoa-se a relação entre o líder e o clima organizacional da empresa, pois assim, os colaboradores sentem-se motivados e melhoram consideravelmente seus rendimentos e sua participação direta no sucesso da empresa. Para uma empresa ter sucesso, é preciso que seu contingente de mão de obra se sinta responsável por este sucesso. Assim, as pessoas precisam estar treinadas, integradas no trabalho em equipe, com um valor inestimável e buscando todos alcançar o objetivo maior: a realização profissional (LACOMBE, 2005).

Gráfico 10: Fatores Motivadores

**Fonte**: Dados da pesquisa (2020)

No gráfico 10 observa-se que com 34% de marcações, o principal fato motivador para os trabalhadores da empresa de transporte, é a estabilidade no emprego. Seguido de 25% que se identificam com o bom relacionamento com a equipe; 16% são motivados pelos salários e benefícios; 9% gostam do que faz; 8% gostam da flexibilidade do horário e 8 % são motivados pelas oportunidades de crescimento no trabalho.

Para Maximiano (2000, p.347), “motivação para o trabalho é o processo pelo qual o esforço ou a ação que leva ao desempenho profissional de uma pessoa é impulsionado por certos motivos”. A motivação pode ser influenciada por motivos externos (salários e benefícios, oportunidades de crescimento, flexibilidade de horários – dados do gráfico 10) ou por motivos internos (estabilidade, relacionamento com a equipe, gostar do trabalho realizado – dados do gráfico 10). Por isso é importante que as lideranças conheçam os fatores motivadores que causam satisfação no clima organizacional da empresa, para que juntos, liderança e liderados, alcancem os objetivos almejados na organização (CHIAVENATO, 2002; MAXIMIANO, 2000).

# 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo foi possível compreender que o clima organizacional parte do princípio de que existe a necessidade de colaborador sentir-se bem no meio em que trabalha, para que sejam alcançados os objetivos almejados. Assim, averiguou-se que a motivação possui um caráter de grande importância para o bom andamento do clima organizacional da empresa de transportes. Levando ainda a concluir que a motivação consiste no significado e no relacionamento entre necessidades, impulsos e incentivos.

A pesquisa bibliográfica qualitativa foi determinante para alcançar a base necessária para o estudo de caso foram revisadas várias obras literárias e também artigos retirados da Internet, sobre clima organizacional e sua relação com a motivação no ambiente de trabalho; liderança e seus desdobramentos e as principais teorias motivacionais.

Em sequência, com o intuito de ressaltar a importância da motivação para o bom andamento do clima organizacional, um questionário semiestruturado foi aplicado para estudo de caso em uma empresa de transporte na cidade de Cafelândia-PR, ou seja, uma pesquisa de campo quantitativa que tornou possível identificar quais os fatores mantém os funcionários motivados.Com os resultados do questionário aplicado e com a fundamentação teórica foi possível averiguar a importância da criação de um ambiente propício à motivação que consequentemente impulsione criatividade e inovação à organização.

A pesquisa e o estudo propiciaram ainda compreender que o líder e sua relação com os demais colaboradores é crucialmente determinante no clima empresarial. Este deve almejar incentivar sua equipe à busca das soluções de possíveis crises, estimular a criatividade da equipe e considerar suas percepções. Pois quando o clima na empresa vai bem, o êxito da empresa gera orgulho para os funcionários, que por sua vez são desafiados a fazer mais e melhor, participando ativamente das mudanças, tudo isso criando um clima organizacional motivador para todos.

Em relação aos objetivos declarados neste trabalho, conclui-se que foram atingidos por meio das abordagens realizadas e dos resultados obtidos através das pesquisas. No entanto, no caso da empresa analisada os resultados foram insatisfatórios, pois com o questionário respondido pelos funcionários observa-se que a maioria dos colaboradores não se sente valorizada ou reconhecida pelos seus líderes. Sendo o principal agente motivador para persistirem na empresa, a estabilidade no emprego. Diante da realidade de desemprego e crise é normal que essa seja a primeira resposta, no entanto sabendo da importância e da influência do clima empresarial é possível inferir que estes colaboradores deveriam sentir mais motivação nos outros fatores questionados, para serem incentivados a buscar sempre o melhor pela empresa.

Dito isso, é importante frisar, que para se sentir motivado no trabalho o trabalhador deve se sentir reconhecido, seja por meio de plano de cargos e salários, oportunidades de crescimento, *feedbacks* positivos, buscando torcer pelo sucesso um do outro, semeando um maior grau de equilíbrio, satisfação e união entre todos.

Conclui-se, portanto que a empresa precisa investir mais em treinamentos e qualificação da equipe pra melhorar seus resultados, a fim de manter a motivação interna de seus colaboradores. Sendo fundamental ainda refletir acerca da cultura que esta empresa tem construído, quais valores e ideais gostariam que seus colaboradores considerassem no dia a dia de seu trabalho. Por isso é importante que a organização sempre realize feedbacks com os colaboradores, mantendo um canal aberto de comunicação entre líder e liderado, para que assim sejam expostas as ideias, opiniões, observações de ambas as partes, levando ao sentimento de valorização e consequentemente à motivação pelo bem comum, a fim de equilibrar o clima empresarial.

**REFERÊNCIAS**

BAHIENSE, Alvaro Lima Martins. **A liderança na MB nos dias de atuais**, 2003.Disponível em [www.scrib.com.br.Acessado](http://www.scrib.com.br.Acessado).Acesso em 31 ago.2020.

BALDUCCI, Daniel; KANAANE, Roberto. **Relevância da gestão de pessoas no clima organizacional de uma empresa de engenharia.** Bol. –Acad. Paul. Psicol.São Paulo,v.27, n.2, dez.2007.Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\_arttex&pid=S1415-711\*2007000200012&Ing=pt&nrm=iso. Acesso em 01 ago. 2020

BASSAN, Jaqueline Santa Lucia. **Liderança e Comprometimento: uma relaçãopossível?**Universidade Federal de Santa Maria: Centro de Ciências Sociais e Humanas, Mestrado em Administração. Santa Maria, RS, 2007. Disponível em [www.ufms.br.Acessado](http://www.ufms.br.Acessado) . Acesso em 31 ago.2020.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Liderança: administração do sentido**.2ed. São Paulo: Atlas, 2009a.

BERGAMINI, Cecília Whitaker.**Motivação nas organizações.**5 ed. São Paulo: Atlas, 2008b.

BERGAMINI, Cecília W. ; CODA, Roberto (org.). **Psicodinâmica da vida organizacional:** motivação e liderança.2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BOOG, G.E M. (org.). **Manual de Gestão de Pessoas e Equipes**.2 ed.São Paulo: Gente,2002.

BOWDITCH, James L. Fundamentos de Comportamento Organizacional. 6 ed.Rio de Janeiro: LTC, 2006.

CASTRO, Alfredo. **Liderança e Motivação**. 1 ed. São Paulo: ABTD, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos.**2 ed. Rio de Janeiro: Campus,1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**. 3 ed.Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Desempenho Humano nas Empresas:** como desenhar cargos e avaliar desempenho para alcançar resultados. 6 ed. São Paulo: Manole, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando Pessoas:** como transformar gerentes em gestores de pessoas. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração.**2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração.**7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier,2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: Ocapital humano das organizações. 8 ed. São Paulo: Atlas,2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos:** O capital humano das organizações. 8 ed. São Paulo: atlas,2008.

GEHRINGER (2003, p.2). **A influencia do CO nas empresas e nas pessoas.** Artigo Instituto Catarinense de Pós- Graduação (ICPG). Disponível em: http:// [www.icpg.com.br](http://www.icpg.com.br). Acesso em 15 set. 2020.

GRIFFIN, Ricky W.; MOORHEAD, Gregory. **Fundamentos do comportamentoorganizacional.** São Paulo: Ática, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 5 ed.São Paulo: Atlas, 1992.

LACOMBE, Franciso José Masset. **Recursos Humanos: princípios e tendências**. 2 ed.São Paulo: Saraiva 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru.**Teoria Geral da Administração:**Da escola científica à competitividade na economia globalizada.2 ed.São Paulo: Atlas,2000.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Gera da Administração:** da revolução urbana a revolução digital.4 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

McCORMICK, Ernest; TIFFIN,Joseph. **Psicologia Industrial**. 3 ed. São Paulo: EPU,1997.

MICHAELIS,JohanDavid.**Dicionário Online**: Disponívelem:<http://michaelis.uol.com.br/>.Acesso em 29 ago. 2020.

PALACIOS,Kátia Puente&FREITAS,Isa Aparecida de. **Clima Organizacional:**Uma análise de sua definição e de seus componentes. Organizações e Sociedade, 13 (38). P. 45-57.Disponível em <http://www.revistaoes.ufba.br/.php?id=156&layout=abstract&locale>. Acesso em 25 ago. 2020.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**.11 ed.São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

**Fundamentos do comportamento organizacional**. 8 ed. São Paulo:Pearson Prentice Hall,2009.

SEVERINO, Antônio Joaquim**. Metodologia do trabalho científico**.23 ed.São Paulo: Cortez,2007.

SPECTOR, P.E. (2002). **Psicologia nas Organizações.** São Paulo: Saraiva, 2002.

**ANEXO 1:**

**Questionário**

**A IMPORTÂNCIA DA MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO EM UMA EMPRESA DE TRANSPORTE DA CIDADE DE CAFELÂNDIA**

Oquestionário a seguir foi elaborado pelo Alexssandro Effting, Acadêmico do 4º ano do Curso de Administração da Faculdade de Cafelândia – FAC, e será utilizado para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso que visa à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Leia atentamente as questões, assinalando **apenas 01** (uma) resposta para cada item.

**1-**Faixa Etária

( )até 18 anos ( )18 a 25 anos( )26 a 32 anos ( )mais de 32 anos

**2-**Tempo de empresa

( ) até 1 ano ( )1 a 5 anos ( )5 a 10 anos ( )acima de10 anos

**3.** Você tem liberdade para expressar opiniões diferentes,contrárias às de seu líder a respeito do que acontece no ambiente de trabalho?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**4.**Tem conhecimento dos objetivos,metas, visão ,missão e valores da sua empresa?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**5.**Os colaboradores se sentem valorizados ou reconhecidos pelos seus líderes?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**6.**Meu líder faz com que os funcionários estejam sempre bem informados sobre o que acontece na empresa?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**7.**Você se considera satisfeito com o trabalho desenvolvido na empresa?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**8**. Seu líder informa a todos o que acha das tarefas cumpridas?

( ) sim ( )não ( )às vezes

**9.**Sua líder incentiva os membros da equipe a se sentirem responsáveis pela contribuição do sucesso da empresa?

( ) sim ( )não ( )às vezes

10. Assinale o fato mais importante que te motiva a trabalhar na empresa:

( ) estabilidade no emprego ( ) gosta do que faz ( ) relacionamento com a equipe

( ) salários e benefícios ( ) flexibilidade de horários

( ) oportunidades de crescimento pessoal e profissional

1. Alexssandro Effting, Acadêmico do 4º ano do Curso de Administração da Faculdade de Cafelândia – FAC, alexeffting@hotmail.com. [↑](#footnote-ref-1)
2. Maria Bárbara Girotto de Souza Pertile, Professor do Curso de Administração da Faculdade de Cafelândia – FAC, maria\_gi\_so@hotmail.com. [↑](#footnote-ref-2)