



Área Temática: Gestão de Pessoas

A MOTIVAÇÃO NO TRABALHO EM RELAÇÃO AOS INCENTIVOS ORGANIZACIONAIS: ABORDAGEM DOS FATORES MOTIVACIONAIS DOS COLABORADORES DE UM SUPERMERCADO

Wellington Henrique Ribeiro Barros

Graduando em Gestão Empresarial
Fatec Jales Professor José Camargo
wellington.barros@fatec.sp.gov.br

Rivelino Rodrigues

Prof. de Administração; Mestrando em Ciências Ambientais
Fatec Jales Professor José Camargo
rivarodrigues@rivarodrigues.com.br

RESUMO

O artigo tem como enfoque principal a importância dos incentivos organizacionais relacionados a motivação dos colaboradores que trabalham na matriz de uma rede de supermercados. Foram utilizados o embasamento teórico para a conceituação dos temas abordados ao longo do artigo e uma pesquisa de campo foi desenvolvida a partir da aplicação de um questionário contendo perguntas voltadas a motivação para mensurar o grau de motivação dos colaboradores de todos os cargos, faixas etárias e sexo. Acredita-se proporcionar aos gestores da empresa pesquisada, possibilidades de melhorias internas, com possíveis adequações visando a melhoria contínua tornando os colaboradores comprometidos com a empresa e desenvolvidos pessoalmente e profissionalmente.

Palavras Chave: Incentivos; Motivação; Colaboradores.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as empresas não se preocupam somente com a lucratividade, muitos gestores voltam seu olhar para a humanização do trabalho, valorizam o seu capital humano e procuram atender as necessidades de seus colaboradores.

Vários fatores contribuem para a satisfação ou não dos funcionários de uma empresa como condições do local de trabalho, a capacitação e os benefícios oferecidos, relação hierárquica entre os colaboradores e a existência de planos de carreira na empresa.

No ambiente de trabalho existem vários fatores que geram níveis elevados de desmotivação e insatisfação como estresse, falhas na comunicação, sobrecarga de trabalho, insatisfação salarial e políticas adotadas pelos gestores. Como as pessoas passam em média 8 horas diárias no trabalho o local de trabalho é muito importante a avaliação da satisfação e motivação do funcionário.

Um bom relacionamento entre empresa e colaborador, faz com diversos fatores sejam empregados a fim de manter o mesmo motivado e satisfeito, acarretando comportamentos idôneos em ambas as partes.



Diante do exposto a ser avaliado, é formulada a seguinte pergunta: Quais os principais fatores motivacionais responsáveis pela satisfação ou insatisfação dos colaboradores dentro de uma empresa?

O objetivo geral da presente pesquisa tem como principal fator a análise dos incentivos organizacionais da empresa, como estão ligados ao clima organizacional e como influenciam diretamente na motivação dos seus colaboradores.

Para o cumprimento dos objetivos propostos, identificou-se o relacionamento hierárquico da empresa, as oportunidades e reconhecimento, a existência ou não de planos de carreira, a importância do capital humano para a empresa e o sentimento do colaborador no que diz respeito à motivação e valorização.

Este estudo se justifica a partir da análise dos conceitos sobre os incentivos organizacionais em relação à motivação no trabalho, com a relevância dos resultados para a organização incluindo as possíveis consequências e benefícios que estes incentivos podem trazer tanto para a empresa como para seus colaboradores.

A motivação baseia-se nas necessidades de crescimento profissional, onde começam a aparecer os benefícios ligados diretamente à motivação, tendo como recompensa o crescimento pessoal do colaborador.

De acordo com Maximiano (2008), o estudo da motivação é um dos temas centrais do enfoque comportamental, pois se faz necessário compreender os mecanismos que movimentam as pessoas para determinados comportamentos, como desempenho, indiferença e improdutividade, comportamentos esses que vão a favor ou contra os interesses da organização empresarial.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A motivação

De acordo com Marras (2011) p. 279, motivação é um processo endógeno nos indivíduos, em que se desenvolvem forças motivacionais distintas em momentos distintos e o reconhecimento que essas forças afetam diretamente a maneira de encarar o trabalho e suas próprias vidas.

A palavra motivação é usada com diferentes significados. Pode-se falar em motivação para estudar, ganhar dinheiro, viajar e até não fazer nada. A palavra motivação indica as causas ou motivos que produzem determinado comportamento, seja ele qual for. A motivação é a energia ou força que movimenta o comportamento e que tem três propriedades. (MAXIMIANO, 2008 p. 250).

A motivação explica como ocorre o comportamento das pessoas, quais são as causas e motivos que determinam certos comportamentos no dia a dia, baseado em três propriedades: direção, intensidade e permanência.

Motivo, motivação, mover, movimentar e motor são todas as palavras modernas que têm a mesma origem e estão associadas à mesma ideia: a



palavra *motivus*, que significa aquilo que movimenta, que faz andar.[...] (MAXIMIANO, 2008 p. 249).

A direção está relacionada com o objetivo do comportamento motivado, seguido pela intensidade, ou seja, a força dos motivos ou a sua importância e finalizado pela permanência, associada a duração ao tempo em que o indivíduo continua motivado.

Os três elementos chaves em nossa definição são intensidade, direção e persistência. *Intensidade* se refere à quando o esforço a pessoa depende. Este é o elemento que mais nos referimos quando falamos de motivação. Contudo, a intensidade não é capaz de levar a resultados favoráveis, a menos que seja conduzida em uma *direção* que beneficie a organização.

Portanto, precisamos considerar a qualidade do esforço, tanto quanto sua intensidade. O tipo de esforço que devemos buscar é aquele que vai em direção aos objetivos da organização e que são coerentes com eles. Finalmente a motivação tem uma dimensão de *persistência*. Esta é uma medida de quanto tempo uma pessoa consegue manter seu esforço. Os indivíduos motivados se mantêm na realização da tarefa até que seus objetivos sejam atingidos. (ROBBINS, 2005 p. 132).

Segundo Marras (2011, p. 279) existem três ações básicas que deve serem implementadas para se trabalhar o campo motivacional: estimular os trabalhadores a atingir seus objetivos pessoais e profissionais, não desmotivar os mesmos com ambientes, condições e políticas inadequadas e por fim proporcionar condições financeiras, físicas e psicológicas para que se atinja um nível médio de qualidade de vida próximo ao desejado.

2.2 Teorias Motivacionais

Há diversas teorias sobre a motivação, todas muito importantes, pois são resultados de pesquisas realizadas em organizações com o intuito de descobrir como motivar os indivíduos de uma organização. As pessoas com um grau relativamente bom de motivação pessoal e profissional se torna muito importante para as organizações, pois são elas as responsáveis pelo funcionamento de forma adequada e pela ascensão de uma empresa.

2.3 Necessidades Primárias e Secundárias

De acordo com Maximiano (2008) as necessidades humanas dividem-se em dois grandes grupos: necessidades básicas e em necessidades adquiridas.

As necessidades básicas são relacionadas as condições humanas, como alimentação, reprodução, abrigo e segurança, ou seja, necessidades primárias. As necessidades adquiridas são aquelas desenvolvidas por meio de treinamentos, experiências, pela convivência e incorporação de valores da sociedade em que as pessoas estão inseridas, ou por meio de sua própria personalidade.

2.4 Hierarquia de Maslow

Maslow desenvolveu a ideia de que as necessidades humanas são mais complexas do que a simples divisão em dois grupos de necessidades básicas e necessidades adquiridas.

De acordo Maximiano (2008) Maslow dividiu as necessidades humanas em cinco grupos:

Necessidades fisiológicas ou básicas. Necessidades de alimentos, abrigo, repouso, exercício e sexo.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Necessidades de segurança. Necessidade de proteção contra ameaças, como a perda do emprego e risco à integridade física e sobrevivência.

Necessidades sociais. Necessidade de amizade, afeto, interação e aceitação na sociedade.

Necessidade de estima. Necessidades de auto-estima e por parte dos outros.

Necessidade de auto-realização. Necessidade de utilização de aptidões e habilidades, autodesenvolvimento e realização pessoal.

Assim, de acordo com a teoria de Maslow, para motivar alguém é preciso saber em qual nível da hierarquia a pessoa se encontra no momento e focar a satisfação naquele nível ou no patamar imediatamente superior. (Robbins, 2005 p. 133).

As necessidades fisiológicas aparecem na base da pirâmide, básicas a sobrevivência humana essa necessidade pode ser alcançada por meio de horários adequados e intervalos de descanso. A necessidade de segurança constitui o segundo nível da pirâmide, e pode ser alcançado por meio de planos de saúde e seguros de vida minimizando a insegurança.

A empresa pode destacar a importância de o colaborador trabalhar em equipe melhorando as relações humanas dentro e fora da empresa, atingindo a necessidade social, o terceiro nível da pirâmide. O Quarto nível da pirâmide, a necessidade de estima, pode ser atingido pelo reconhecimento da empresa em relação ao esforço do colaborador, elogiando o mesmo e oferecendo promoções aos que se destacam.

A necessidade de auto-realização, que ocupa o topo da pirâmide, pode ser atingida pelo trabalhador desenvolvendo suas atividades no que realmente gosta de fazer.

2.5 A Teoria dos Dois Fatores

Segundo Maximiano (2008, p. 267) a teoria de dois fatores de Frederick Herzberg, explica como o trabalho e o ambiente interagem na produção da motivação, ou seja, a motivação resulta de dois fatores divididos em duas categorias.

O próprio trabalho, (fatores motivacionais) como o conteúdo do trabalho, responsabilidades, crescimento profissional e reconhecimento pela execução do trabalho, dentre outros.

As condições de trabalho, (fatores higiênicos) como condições do local de trabalho, políticas de administração, salários, relacionamento com os colegas de trabalho e supervisões de chefes.

A teoria dos dois fatores consolidou o princípio de que a motivação vem do trabalho e não do ambiente. A teoria explica, por exemplo, porque certos profissionais são mais importantes à atividade que realizam do que as possíveis vantagens materiais que ela possa trazer. (MAXIMIANO, 2008 p. 269).

Em geral as pessoas se mostravam mais satisfeitas com os fatores motivacionais por gostarem do trabalho produzindo satisfação e insatisfeitas com os fatores higiênicos, pois esses fatores estão relacionados com as condições do ambiente de trabalho.

Para Marras (2011) Herzberg aponta para a ideia de que no campo motivacional existem dois tipos de fatores:

Os que causam, predominantemente, satisfação ou motivação, onde a falta desses fatores não causa insatisfação ou desmotivação.



As condições ambientais, no entanto, não são suficientes para induzir o estado de motivação para o trabalho. Para que haja motivação, de acordo com Herzberg, é preciso que a pessoa esteja sintonizada com seu trabalho, que enxergue nele a possibilidade de exercitar suas habilidades ou desenvolver suas aptidões. (MAXIMIANO, 2008 p. 268).

Os que causam, predominantemente, insatisfação e são aquelas que não motivam. A presença não causa satisfação no trabalho, mas a ausência desses fatores causa insatisfação.

Os fatores higiênicos criam o clima psicológico e material saudável e influenciam na satisfação com as condições dentro das quais o trabalho é realizado. Quando melhores, por exemplo, as relações entre colegas e tratamento recebido do supervisor, melhor será o clima - mas higiênico o ambiente. Quanto mais contente a pessoa estiver com seu salário, menor será sua disposição para reclamar desse aspecto de sua relação com a empresa. Consequentemente, maior a satisfação do trabalhador com o ambiente de trabalho. (MAXIMIANO, 2008 p. 268).

Por meio da execução do próprio trabalho, uma organização deve estimular e motivar os colaboradores, proporcionando oportunidades de satisfação de suas necessidades básicas, afim do crescimento pessoal e profissional, sempre fazendo o melhor para ambas as partes.

2.6 Teoria das Necessidades Adquiridas e McClelland

As três necessidades identificadas por McClelland são adquiridas ao longo da vivência de cada indivíduo, com base nas suas experiências de vida. Nas necessidades de realização as pessoas escolhem metas que as desafiem, não se arriscam muito, controlam situações, buscam retorno sobre desempenho e pensam em realizar as tarefas com níveis elevados.

As pessoas que detêm a necessidade associação, valorizam as relações humanas por meio de atividades que mantenham esse contato entre as pessoas. A filiação é influenciada pelo ambiente e habilidades de cada um, estando satisfeitos com o trabalho o absentéismo diminui.

Por fim as pessoas com alta necessidade de poder buscam cargos elevados dentro de uma organização e que possam influenciar as demais pessoas. Esse poder pode ocorrer por meio de controle de recursos, informações e das próprias pessoas, o que realmente importa é o poder adquirido.

“Segundo McClelland, os nPows têm duas orientações distintas: poder pessoal e poder institucional. O poder pessoal é perigoso porque ele pode conduzir à tentativa de dominação, ao passo que o poder institucional é benéfico porque enfatiza o desenvolvimento de grupos eficazes, trabalho organizado, recompensas equitativas e o bem da organização”. (apud MAXIMIANO, 2008, P. 266).

As organizações devem aliar o clima organizacional com as necessidades humanas que são estreitamente ligadas com a motivação das pessoas, essa motivação é associada a satisfação e insatisfação, que implica nos resultados finais de produção e de lucratividade.



2.7 Comprometimento Organizacional

Segundo Bastos (1994), se comprometer implica sentimento de “lealdade em relação a algo” e o comprometimento organizacional está relacionado ao tratamento oferecido pela organização, possibilitado oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional.

A motivação no trabalho está diretamente ligada ao comprometimento do colaborador perante a empresa, pois o mesmo estando satisfeito seu desempenho será bom, estando diretamente conectado com os objetivos esperados pela organização em relação as tarefas.

“O comprometimento organizacional, como variável de pesquisa, deve fazer parte de modelos mais complexos, que englobam variáveis organizacionais de desempenho. É importante a construção de modelos que mostrem relações de causa e efeito, sendo o comprometimento variável determinante para melhores resultados organizacionais, como satisfação dos clientes, indicadores financeiros, capacidade de inovação e criatividade”. (SIQUEIRA 2003 apud PINTO, 2011).

O capital humano de uma instituição é de vital importância para o progresso e sucesso da mesma. De acordo com Chiavenato (2009), p. 82 a interação psicológica entre empregado e organização é basicamente um processo de reciprocidade, onde a organização remunera, dá segurança e status para o colaborador, enquanto o mesmo responde trabalhando e desempenhando suas tarefas.

A questão abordada de comprometimento organizacional, nada mais é que uma via de mão dupla, onde ambas as partes colaborador e empresa devem estar alinhados a um mesmo objetivo, captando ao longo do tempo experiências e benefícios que motivem e satisfaçam a todos.

As pessoas formam uma organização ou se engajam em algumas delas porque esperam que sua participação satisfaça algumas necessidades pessoais. Para obter essas satisfações, as pessoas estão dispostas a incorrer em certos custos ou a fazer certos investimentos pessoais (esforços) na organização, pois esperam que as satisfações de suas necessidades pessoais sejam maiores do que os custos, e avaliam suas satisfações esperadas e os custos por meio de seus sistemas de valores. (CHIAVENATO, 2009 p. 83).

2.8 Importância dos Incentivos para a Empresa

Segundo Robbins e Coultler (1998 apud BONAFIN; BRANDALISE, p. 6) o interesse dos funcionários deve ir além do financeiro, eles devem estar regularmente informados sobre a situação da empresa e devem ter a oportunidade de exercer influência nela. Os funcionários estando engajados com o dia a dia da empresa, opinando e ajudando na tomada de decisões se sentirão mais satisfeitos com o ambiente de trabalho e com a execução de suas funções.

Necessariamente a empresa não só deve oferecer um incentivo financeiro ao seu colaborador, mais sim dar a oportunidade de crescimento profissional, elevar a auto-estima, fazer com que o colaborador se sinta parte da organização em que está inserido. O gestor deve analisar cada colaborador de maneira diferenciada, afim de verificar a real necessidade que cada um tem e o que almeja alcançar profissionalmente e pessoalmente.



“Os incentivos dependem do estágio da cultura organizacional, dos anseios dos profissionais, da tecnologia praticada, das práticas que visam a qualidade, dos alvos a serem atingidos, do ambiente empresarial, do segmento econômico, e da personalidade do povo de cada região geográfica”. (Gil, 1993 apud apud BONAFIN; BRANDALISE, p. 7).

A cultura organizacional de uma empresa deve ser clara, passada aos colaboradores de forma objetiva, sem ruídos para que todos tenham conhecimento igualmente de como a empresa se organiza, afim de manter um bom funcionamento, qual o seu papel perante a sociedade e onde a mesma quer chegar.

De acordo com CHIAVENATO (2009) p. 278 uma organização somente é viável quando não apenas atrai e aplica seus recursos humanos adequadamente, mas também os mantém motivados na organização. A remuneração financeira aliada a benefícios oferecidos aos colaboradores, e a disponibilidade de um ambiente limpo e seguro, garante a satisfação de toda a equipe fazendo com que o empenho seja maior por parte de todos para a obtenção de um mesmo objetivo traçado pelos gestores.

O sistema de recompensas inclui o pacote total de benefícios, que a organização coloca à disposição de seus membros, e os mecanismos e procedimentos pelos quais esses benefícios são distribuídos. Não apenas salários, férias, promoções para posições mais elevadas (com maiores salários e benefícios) são considerados, mas também recompensas como garantia de segurança no cargo, transferências laterais para posições mais desafiantes ou para posições que levem a um crescimento e a várias formas de reconhecimento por serviços notáveis. (CHIAVENATO, 2009 p. 278).

Segundo GODOY (2008), o modelo de remuneração vem sofrendo mudanças ao longo das últimas décadas, porem a sua lógica permanece muito simples. A remuneração consiste em pagar quem faz o trabalho em troca de resultados apresentados, onde antes esse resultado era absorvido pelo dono do negócio, atualmente há uma divisão dos ganhos com quem participou do resultado.

De acordo com Rischer (1999 apud GODOY, 2008, p. 177) os incentivos são componentes integrais do sistema, reflete a ideia do que os empregados podem, e devem, pois, é isso que se espera deles, contribuir para o sucesso do negócio.

Os incentivos oferecidos pelas organizações, devem estar presentes em todos os níveis hierárquicos da empresa, independente de cargo ou setor em que o colaborador estiver inserido.

2.9 Objetivos da Remuneração

Segundo GODOY (2008) p. 181, a gestão de recompensas no sentido amplo, ou remuneração, mais especificamente, tem definido alguns objetivos para garantir sua efetividade como um instrumento de gestão:

- Manter a equidade dos salários dos empregados;
- Atrair e manter os melhores talentos necessários para a organização
- Recompensar o desempenho passado dos funcionários;
- Vincular o futuro desempenho dos funcionários às metas da organização;
- Estimular os comportamentos para a realização de metas;



- Veicular os valores da organização;
- Ser um instrumento de gestão do desempenho, vinculando estratégias à remuneração, com vistas ao desenvolvimento dos funcionários.

Segundo CHIAVENATO, 2009 p. 314 a remuneração fixa tornou-se insuficiente para motivar e incentivar as pessoas, promover o comportamento proativo e empreendedor em busca de metas e resultados excelentes. A organização deve oferecer condições de segurança e satisfação aos funcionários visando a qualidade e valorização do seu capital humano.

2.10 Remunerações não financeiras

As recompensas não financeiras são os benefícios oferecidos pela organização, ligados aos fatores que satisfaçam as pessoas, como oportunidades de crescimento profissional, reconhecimento por parte dos líderes, qualidade de vida no trabalho, planos de saúde para o colaborador e familiares, dentre outros.

Segundo Moitinho (2011) pode-se verificar que os benefícios sociais geram contrapartidas à empresa, pois, favorecem a produtividade, melhora o clima organizacional, proporciona garantias a quaisquer danos ou prejuízos à integridade pessoal ou física dos funcionários.

Todos os benefícios oferecidos devem visar ao colaborador condições de segurança, prevenção de riscos, diversão, repouso adequado, o alinhar todos os benefícios, a fim de melhorar a sua qualidade de vida.

De acordo com Moitinho (2011 apud CHIAVENATO, 2008), conceitua a expressão benefícios sociais como “certas regalias e vantagens concedidas pelas organizações, a título de pagamento adicional de salários à totalidade ou a parte de seus funcionários”.

- Quanto a sua exigibilidade legal: férias, 13º terceiro, aposentadoria, auxílio doença, etc.
- Quanto a sua natureza monetária: gratificações, complementação do salário nos afastamentos prolongados por doença, etc.
- Quanto a sua natureza não monetária: refeitório, transporte residência/trabalho/residência, assistência médica/odontológica, etc.
- Quanto aos seus objetivos: assistenciais, recreativas: creches, clubes, passeios e excursões, etc.
- Planos supletivos: estacionamento privativo, restaurante no local de trabalho, etc.

Os benefícios oferecidos trazem vantagens para ambas as partes, tanto para a organização como ao colaborador, onde se reduz a rotatividade e o absenteísmo, melhorando o local de trabalho, traz uma maior segurança e melhoria do clima organizacional.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O desenvolvimento da pesquisa teve início no primeiro semestre do ano de 2017 com objetivo principal de diagnosticar o clima organizacional e a motivação dos colaboradores que trabalham na matriz da rede de supermercados pesquisado, com sede na cidade de Jales no estado de São Paulo .

A metodologia abrangeu pesquisa bibliográfica onde abordou-se diversos autores relacionados ao tema central. Um estudo de caso foi realizado utilizando-se coleta de dados por meio de um questionário qualitativo, contendo 20 perguntas fechadas aplicados aos colaboradores de forma aleatória, independente de tempo em trabalham na empresa, cargo

ocupado, sexo e idade, visando atender os fatores mais subjetivos relacionados aos objetivos específicos da pesquisa. Foram abordados assuntos como a cultura e incentivos organizacionais e o que leva a motivação dos colaboradores.

Para a aplicação dos questionários, os colaboradores eram procurados no local de trabalho onde o mesmo era entregue e solicitado o preenchimento anônimo dos questionários. Os questionários respondidos foram coletados posteriormente e as respostas registradas em planilhas do Excel gerando gráficos, visando facilitar o desenvolvimento das análises e correlações com o tema estudado.

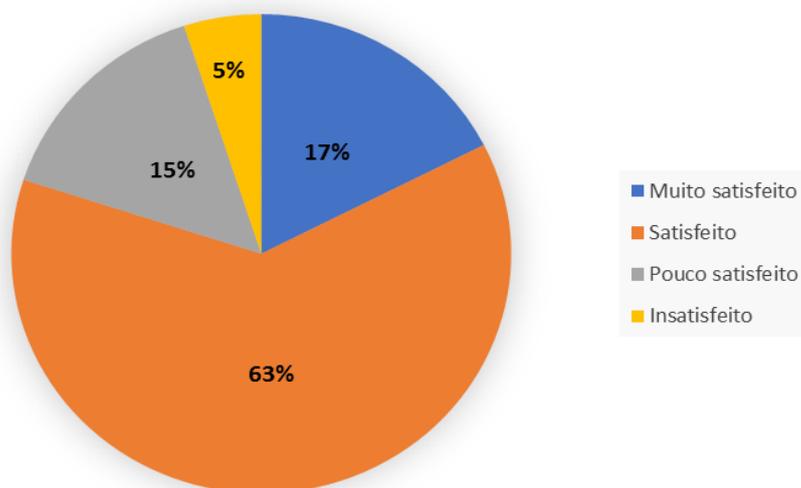
4 RESULTADOS

Com o desenvolvimento da pesquisa, aplicou-se questionários aos colaboradores que trabalham matriz da rede de supermercados localizado em Jales, onde 60% destes questionários foram respondidos por colaboradoras do sexo feminino e 40% composto por colaboradores do sexo masculino, com faixa etária entre 21 anos e 39 anos totalizando 50%, seguido por 18% com média de idade de 40 a 49 anos, logo após 17% com média de idade de 16 a 20 anos e 15% com 50 anos ou mais.

Observou-se que 42% dos colaboradores são solteiros e 35% responderam que são casados. 60% dos colaboradores trabalham na empresa há 5 anos ou mais.

Quanto à satisfação do local de trabalho, 63% responderam estar satisfeitos, enquanto 17% disseram estar muito satisfeitos, 15% responderam estar pouco satisfeito e 5% insatisfeitos.

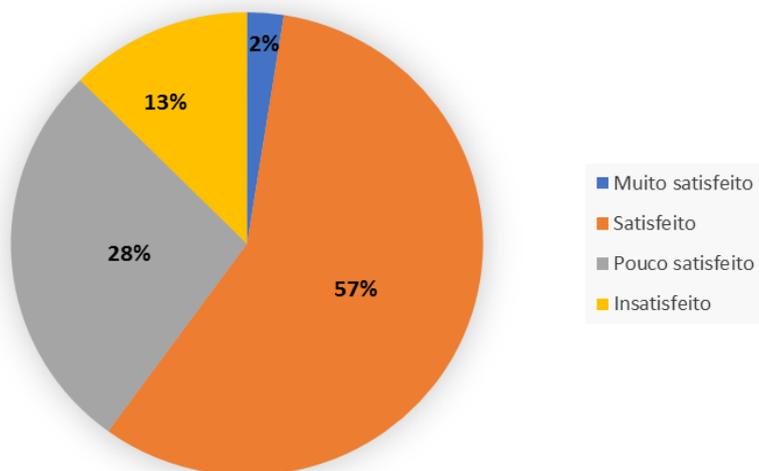
GRÁFICO 1 – SATISFAÇÃO COM O LOCAL DE TRABALHO.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Questionados sobre os treinamentos oferecidos pela empresa, 57% disseram estar satisfeitos, 28% estão pouco satisfeitos e 13% insatisfeitos, somente 2% responderam estar muito satisfeito. Tendo em vista um número elevado de satisfação nesse requisito, todos os colaboradores consideram que a empresa pode conceder a eles mais treinamentos e capacitações.

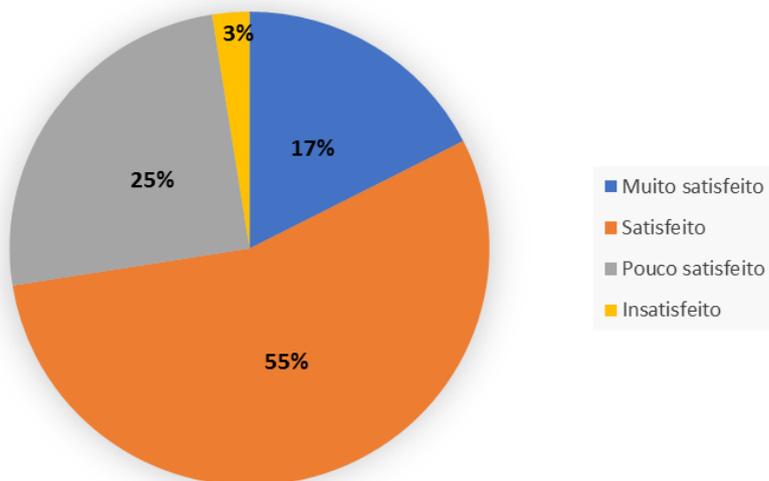
GRÁFICO 2 – TREINAMENTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA.



Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico 3 observa-se que 55 % dos colaboradores estão satisfeitos com o trabalho que é desenvolvido em equipe, já 25% se consideram pouco satisfeitos devido a algum fator que deve ser observado pelo gestor, 17% disseram estar muito satisfeitos e apenas 3% insatisfeitos.

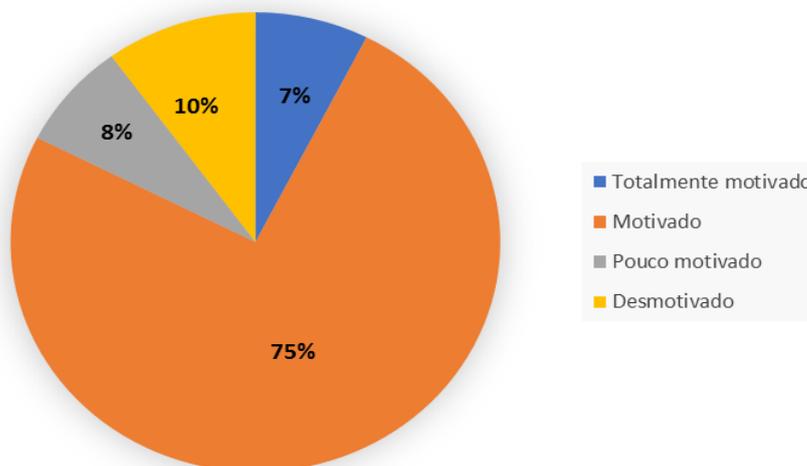
GRÁFICO 3 – TRABALHO EM EQUIPE



Fonte: Elaborado pelo autor.

Analisando o gráfico 4, conclui-se que os colaboradores se sentem motivados em trabalhar na empresa, totalizando 75% dos entrevistados, 8% se sentem pouco motivados, 7% totalmente e os desmotivados totalizando 10%.

GRÁFICO 4 – MOTIVADO EM TRABALHAR NA EMPRESA?

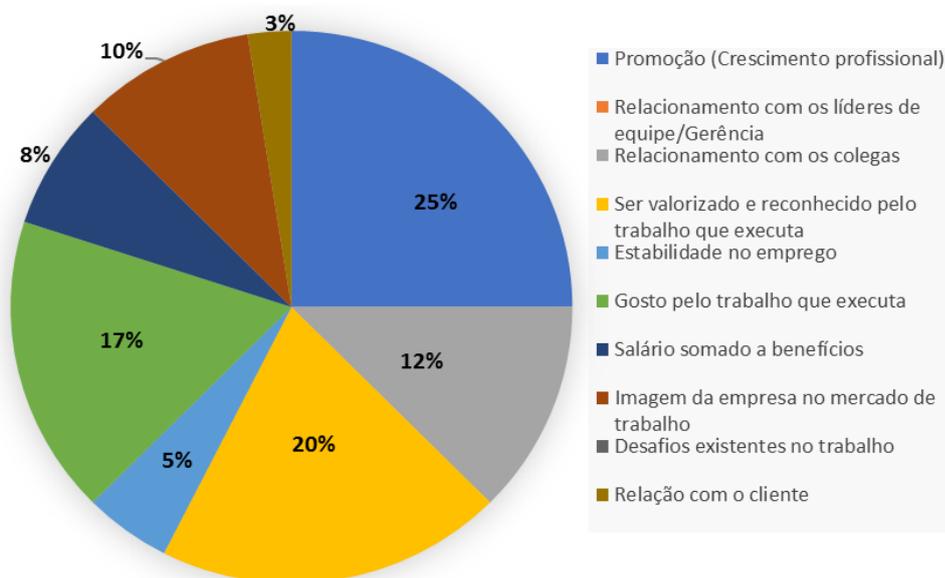


Fonte: Elaborado pelo autor.

Quanto a expressão de ideias e opiniões por parte dos colaboradores, 62% responderam que às vezes suas ideias são levadas em consideração, 20% disseram que sim, 10% nunca e 8% responderam que poucas vezes.

Concluindo a pesquisa, foi solicitado que cada colaborador apontasse o que o mais o motivava em trabalhar na empresa. O gráfico 5 evidencia que 25% dos colaboradores são motivados por uma oportunidade de promoção, 20% por ser valorizado e reconhecido, 17% sentem-se motivados por gostar do trabalho, 10% pela imagem da empresa no mercado, 8% são motivados pelo salário somado aos benefícios, 5% pela estabilidade no emprego e 3% trabalha motivado devido o relacionamento com os clientes.

GRÁFICO 5 – O QUE MAIS MOTIVA O COLABORADOR



Fonte: Elaborado pelo autor.



5 DISCUSSÃO

O presente estudo se faz necessário, uma vez que todo ser humano busca atingir seu nível de satisfação pessoal e profissional, utilizando-se de meios a fim de atender as necessidades desenvolvidas por Maslow, seja ela fisiológica, de segurança, estima ou realização pessoal.

Cada colaborador está em um nível nessa hierarquia de necessidades, e cabe aos gestores reconhecer em cada indivíduo suas necessidades e ajudá-lo a se desenvolver dentro e fora da organização em que trabalha.

Apesar de grande parte dos colaboradores estarem satisfeitos e motivados conforme os resultados da pesquisa, cabe aos gestores fazer com os que não estão nesse patamar, se desenvolva profissionalmente e pessoalmente, a fim de se motivar e se satisfazer na execução de suas funções.

Capacitar e treinar o seu colaborador é de fundamental importância, pois o capital humano de uma empresa, bem preparado e capacitado, torna a empresa mais competitiva no mercado perante as concorrentes.

Muitos colaboradores responderam estar satisfeitos com suas funções, em contrapartida ao mesmo tempo almejam uma promoção, um crescimento profissional, cabe o gestor a oferecer oportunidades de crescimento dentro da empresa. Incentivos são importantes para o desenvolvimento do colaborador, seja eles financeiros e não financeiros, como por exemplo prêmios de melhor funcionário do mês, gratificações e bonificações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo e com os objetivos apresentados, em relação aos incentivos organizacionais, é importante destacar que a empresa tem um papel relevante na sociedade e perante seus colaboradores, pois valoriza seu capital humano de forma coerente.

Seus colaboradores apontam a necessidade de melhorias em relação ao oferecimento de capacitações e treinamentos, visando a melhoria do atendimento e padronização na execução de tarefas diárias.

Cada colaborador age de uma maneira perante a diversas situações, como os problemas motivacionais, devido a falta de empenho, insatisfações referente a promoções e salários fazem com que a cultura organizacional da empresa se torne frágil, isso deve ser evitado no dia a dia da empresa, a fim de manter um ambiente propício ao sucesso pessoal e profissional de todos.

Com os resultados desse estudo, acredita-se proporcionar aos gestores da empresa pesquisada, possibilidades de melhorias internas, com possíveis adequações visando a melhoria contínua tornando os colaboradores comprometidos e desenvolvidos pessoalmente e profissionalmente.

Portanto, a empresa precisa identificar a necessidade de cada colaborador e criar meios para que o mesmo se sinta a vontade em dar sua opinião, para que produza com mais eficiência, sempre mantendo um bom relacionamento em todos os níveis. A relação entre empresa e colaborador deve ser uma via de mão dupla, havendo reciprocidade nos objetivos, onde um contribui para o sucesso do outro.



REFERÊNCIAS

BONAFIN, T. C. **Incentivos organizacionais versus satisfação dos funcionários.**

Disponível em:<

<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminario/Artigos%20apresentados%20em%20Comunica%E7%F5es/ART%2013%20-%20Incentivos%20Organizacionais%20versus%20satisfa%E7%E3o%20dos%20funcionarios.pdf>>.

Acesso em 20 mar. 2017.

BORGES, Lívia, O.; LIMA, Ana M. S.; VILELA, Elson, C.; MORAIS, Suerda, S. S. G.

Comprometimento no trabalho e sua sustentação na cultura e no contexto organizacional.

2004. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v3n1/v3n1a10.pdf>>.

Acesso em 26 fev. 2017.

CHIAVINATO, Idalberto. **Recursos humanos: o capital humano das organizações.** – 9º

ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GODOY, Arilda Shmidt. (et al.). **Gestão do fator humano: Uma visão baseada em**

stakeholders. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

MARRAS, Jean P. **Administração de recursos humanos do operacional ao estratégico.** –

14º ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução**

urbana à revolução digital - 6º ed. -3 reimpr. - São Paulo: Atlas, 2008.

MOITINHO, Geraldo. C. **Remuneração, benefícios e a retenção de talentos nas**

organizações.2011. Disponível

em:<revista.faciplac.edu.br/index.php/REAF/article/download/66/40>.

Acesso em 15 mar. 2017.

PINTO, Marcelo P. C. **Comprometimento Organizacional: Um estudo de suas relações**

com desempenho na carreira. 2011. Disponível em: <

http://www.fumec.br/anexos/cursos/mestrado/dissertacoes/completa/marcelo_padua_carvalho.pdf>.

Acesso em 13 mar. 2017.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional-** 11ºed. São Paulo: Pearson Prentice

Hall, 2005.

TEIXEIRA, Gilberto. **O Que Significa Metodologia?** 2008. Disponível em:

<<http://pt.scribd.com/doc/7232031/o-Que-Significa-Metodologia#scribd>>.

Acesso em: 15 out. 2017.