

Motivação no ambiente de trabalho: estudo de caso em uma concessionária Honda – Auto Comercial Niponsul – Ponta Grossa

Sirlei Ferreira dos Santos - (FASF) si.fer@hotmail.com
Rudy de Barros Ahrens - (FASF) coordfasadm@gmail.com

Resumo:

O presente projeto artigo tem por objetivo analisar os fatores motivacionais ou de desmotivação dos colaboradores da empresa Honda Niponsul. Para realização do estudo foi utilizado a pesquisa qualitativa, sociodemográfica por meio do instrumento Motivograma de Maslow (1996), a população foi de 25 colaboradores, e a amostra de 22 o que representa 88%. Os resultados foram analisados mediante parâmetro geral, e separados entre grupos de casados, solteiros, sem nenhum filho e com 2 filhos. O fator motivacional de maior destaque em todos os grupos foi a necessidade social, de fato havia uma expectativa que haveria alguma diferenciação pelo fato do estado civil de cada colaborador, contudo o resultado amplo foi o mesmo, a necessidade de afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo, é o fator motivacional de maior destaque. Concluí-se que a necessidade que se destacou na Empresa foi a necessidade social.

Palavras chave: Motivação, Gestão de pessoas.

Motivation in the work environment: case study in a Honda dealership - Auto Comercial Niponsul - Ponta Grossa

Abstract

The objective of this project is to analyze the motivation or motivation factors of employees of Honda Niponsul. The qualitative, sociodemographic and motivational research of Maslow (1996) was used to carry out the study. The results were analyzed using a general parameter, and were separated between groups of married, single, with no children and with 2 children. The motivational factor of greatest importance in all groups was the social need, in fact there was an expectation that there would be some differentiation due to the marital status of each collaborator, but the broad result was the same, the need for affection, acceptance, friendship and feeling of belonging to a group, is the motivational factor of greater prominence.

Key-words: Motivation, People Management

1.Introdução

Nos dias de hoje onde o mundo está em constante crescimento e evolução onde a motivação deveria estar presente em todos aqueles que dependem de um trabalho para levar o sustento a sua família, e também para aqueles que não dependem de sustentar suas famílias, mas sim a si próprio.

Para Chiavenato (2010) o fato é que motivar pessoas a atingir elevados padrões de desempenho organizacional é hoje uma questão de sobrevivência das organizações em um mundo de negócios altamente mutável e competitivo.

A cada dia mais, as empresas vêm se deparando com um cenário diferente da realidade desejada, é necessário mais que salários, é imprescindível um bom pacote de benefícios, além de um bom ambiente de trabalho adequado pois motivará os colaboradores, em uma forma

geral, onde trabalhariam mais motivadas e com entusiasmo.

Em alguns casos encontram-se alguns colaboradores desmotivados e sem comprometimento com suas funções, isso é um dos maiores desafios das organizações a questão de motivar as pessoas. Fazê-las decididas, confiantes e comprometidas intimamente a alcançar os objetivos propostos; energizá-las e estimulá-las ao suficiente para que sejam bem-sucedidas por meio de seu trabalho.

São várias as razões pelas quais as pessoas têm desempenho diferentes. A diversidade gera vários padrões de comportamento que quase sempre estão relacionadas a necessidades e metas. Aqueles que almejam se desenvolver e alcançar uma determinada posição, tendem a mudar essas práticas e conceitos.

Segundo Cohen (2003) além dessas necessidades de realização, reconhecimento, responsabilidade dentre outros. Os seres humanos parecem querer algo mais, algo que, de alguma maneira, reflita o potencial interior de cada pessoa.

São pessoas que mantêm uma organização em pleno funcionamento, produzindo, vendendo, servindo ao cliente, tomando decisões, liderando, se comunicando, supervisionando, gerenciando e dirigindo negócios da empresa. Então, faz-se necessário um ambiente saudável, harmonioso e estimulante com pessoas motivadas e bem-dispostas, para que estes venham a produzir mais e melhor, obtendo maior resultados com mais qualidade.

Diante disso, o objetivo deste artigo foi analisar os fatores motivacionais ou de desmotivação dos colaboradores da empresa Honda Niponsul. O que justificou este tema foram os elevados índices de turnover e absenteísmo identificados na empresa. Percebe-se que a motivação está atrelada ao aumento de satisfação e melhoria do desempenho, como consequência aumento da produtividade

2.Referencial teórico

2.1 Evolução gestão de pessoas

O ambiente de trabalho deve ser o mais agradável possível, e proporcionar uma abertura para que o colaborador possa demonstrar seu potencial e vir a contribuir cada vez mais para o crescimento da empresa.

Chiavenato (2002) nos leva a compreender que a qualidade de vida das pessoas pode aumentar através de sua constante capacitação e de seu crescente desenvolvimento profissional, pois pessoas treinadas e habilitadas trabalham com mais facilidade e confiabilidade, prazer e felicidade, além de melhorar na qualidade e produtividade dentro das organizações também deve haver relacionamentos interpessoais, pois o homem é um ser de relações, ninguém consegue ser autossuficiente e saber se relacionar também é um aprendizado.

Para Chiavenato (2002) as pessoas terão mais felicidades ao desenvolver suas funções, não somente no trabalho mais também em suas rotinas diárias, com familiares e amigos, pois se estão bem profissionalmente também estarão pessoalmente ou vice-versa, pois não são todos aqueles que conseguem separar o profissional do pessoal quando algo lhes incomoda.

Fritzen (2007) concorda, pois, diz que as pessoas se ajudam, não sendo totalmente egoístas, a ponto de não pensar no próximo.

Segundo Gil (1994) o treinamento nas empresas passou a abranger aspectos psicossociais do indivíduo, assim, os programas de treinamento, além de visarem capacitar os trabalhadores para o desempenho das tarefas passaram a incluir também objetivos voltados para o relacionamento

interpessoal e sua interação na organização.

Trabalhar o interpessoal do colaborador faz-se necessário tanto quanto qualificação e capacidade individual, pois quanto melhor forem as relações, maior será a produtividade e qualidade do trabalho desenvolvido em colaboração. A empresa depende da produtividade, vive disso, mas de nada adianta produzir sem qualidade, terá um retrabalho do qual se perderá mais tempo e dinheiro.

O desenvolvimento das pessoas pode ser gerenciado de tal maneira que elas possam ter uma carreira recompensadora na organização e esta possa ter as pessoas de que necessita para funcionar no longo prazo (CHIAVENATO, 2005).

A motivação exerce influência sobre as pessoas, e é própria do indivíduo, estando diretamente ligada ao ambiente, pois o líder torna-se responsável em manter seus colaboradores motivados, manter um colaborador motivado exige muito de seu líder, ele deve ser o exemplo de motivação, nenhum líder motivará se estiver desmotivado e sem comprometimento, em contrapartida o colaborador também deverá estar aberto a essa aceitação, caso contrário de nada valerá o esforço feito por cada indivíduo.

Chiavenato (2010, p. 242) descreve;

Os seres humanos são motivados por uma grande variedade de fatores. Uma pessoa pode gostar do seu trabalho porque ele satisfaz suas necessidades sociais e de segurança. Mas as necessidades humanas estão sempre mudando. O que motiva alguém hoje, pode não motivar amanhã.

O fato é que a motivação virá de uma condição de reconhecimento, podendo ser de várias maneiras possíveis, sendo assim o colaborador se sentirá mais entusiasmado ao realizar suas tarefas. As necessidades humanas para o trabalho provem de muitos fatores para sua sobrevivência, e não somente daquelas que atendam suas necessidades primárias.

Segundo Monteiro e Santos (2015) a motivação pode ser intrínseca ou extrínseca. Intrínseca depende do próprio indivíduo de acordo com as suas necessidades e extrínseca sendo de fora, dependendo de outras pessoas, ou situações para se motivar.

As necessidades são diferentes para cada ser humano uns precisam mais, outros nem tanto, mas todos buscam realiza-las, da maneira que lhe for mais condizente. Para algumas pessoas se motivar sozinho não é uma tarefa fácil, precisando se relacionar ou conviver com pessoas motivadas para se sentirem da mesma forma, ou necessitam de algum evento que as façam ficarem motivadas por algum tempo.

Para Robbins (2000) motivação está relacionada a disposição de exercitar um nível persistente e elevado de esforços na direção das metas organizacionais, condicionadas pela capacidade de esforço de satisfazer certas necessidades individuais.

Não haverá resultado sem esforço, uma meta imposta ou objetivo para ser alcançado exige-se determinação e muita dedicação, trabalha-se pela satisfação da necessidade, de crescer e se desenvolver-se como ser humano mais pleno e realizado.

Chiavenato (2010) complementa em outras palavras: motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de determinada meta.

O processo de estar motivado inclui a auto realização, satisfação pessoal, estar aberto a novas perspectivas para um fim específico por meio de seu trabalho e atingir suas metas pessoais, que

por natureza, é uma estratégia de realização pessoal.

Monteiro e Santos (2015) complementa: a empresa que investir na motivação dos colaboradores estará investindo no capital da organização, a motivação traz capacidade e ações diferentes para cada pessoa na organização diminuindo as diferenças de desigualdades.

Ou seja, a motivação do colaborador dirá se sua empresa vai bem ou não, a produtividade dele dependerá de seu estado de espírito com a motivação e comprometimento, não há como produzir com qualidade não estando motivado, as empresas devem investir muito nessa área isso determinará uma fatia considerável de lucratividade perante aos rendimentos.

2.2. Teorias motivacionais

2.2.1 Teoria das necessidades de Maslow

Definir motivação não é muito fácil, porém ao observar dois colaboradores com a mesma tarefa a desempenhar, sendo um deles motivado, o resultado final será diferente. A motivação parece ter origem em situações diferente, impactada por fatores ligados a empresa ou não. Para Maslow (1996) primeiramente é necessário entender sobre o que é a motivação, antes de se relacionar com o processo motivacional. Estudos apontam que as teorias motivacionais pertencem diretamente a área da Psicologia. Motivação é resultado da interação entre o indivíduo e a situação que o envolve.

Segundo Maslow (1996) quanto mais saudáveis nós somos emocionalmente, mais importantes se tornam nossas necessidades de preenchimento criativo no trabalho. Ao mesmo tempo, menos nós toleramos a violação de nossas necessidades para tal preenchimento.

Há tempos atrás, ninguém imaginou que recrutamento seria uma preocupação na área do RH, como é nos dias de hoje, a tecnologia veio com tudo, e é como se tivesse mudado a natureza humana. Lançou desafios de uma nova abordagem em temas como produtividade, eficiência, trabalho em equipe e crescimento de empresa e funcionários, tudo gira em torno da competitividade, as necessidades também já não são mais as mesmas para ambos, lutam pelo mesmo objetivo, reconhecimento, realização e lucros.

1. Fisiológicas: incluem fome, sede, abrigo sexo e outras necessidades corporais.
2. Segurança: inclui segurança e proteção contra danos físicos e emocionais
3. Sociais: Incluem afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo.
4. Estima: Inclui fatores internos de estima, como respeito próprio, realização e autonomia; e fatores externos de estima, como status, reconhecimento e atenção.
5. Auto realização: a intenção de tornar-se tudo aquilo que a pessoa é capaz de ser; inclui crescimento, autodesenvolvimento e alcance do próprio potencial. (ROBBINS, 2002, p. 143).

Estas 5 faixas da Pirâmide de Maslow podem ser vistas conforme Figura 1.



Figura 1: Pirâmide da Teoria das Necessidades de Maslow
Fonte: Robbins, 2002

De acordo com Maslow (1996) as cinco faixas da Pirâmide da Teoria das Necessidades de Maslow são:

- a) Necessidade fisiológica, compreende que fatores extrínsecos nas organizações podem citar com remuneração, local de trabalho adequado, segurança no emprego, no geral conclui-se que a empresa que paga salários mais altos aos seus empregados terão a maioria de suas necessidades básicas atendidas.
- b) Necessidades de segurança, estão vinculadas a se sentir seguro, no emprego em uma situação estável, com boa remuneração, com plano de saúde, seguro de vida entre outros benefícios. Sem maiores riscos, condições seguras a sua rotina cotidiana.
- c) Necessidades sociais, são de cada indivíduo manter relações humanas com harmonia, fazer parte de um grupo, ser membro de um clube, ter vários amigos e receber carinho de familiares.
- d) Necessidades de estima, existem dois tipos: o reconhecimento das nossas capacidades por nós mesmos e o reconhecimento dos outros da nossa capacidade de adequação. Em geral é a necessidade de sentir-se digno, respeitado por si e pelos outros, com prestígio e reconhecimento, poder, orgulho, responsabilidade e comprometimento pelos resultados, promoções ao longo da carreira. Incluem-se também as necessidades de autoestima.
- e) Necessidades de auto realização, também conhecidas como necessidades de crescimento. Incluem a realização, aproveitar todo o potencial próprio, ser aquilo que se pode ser, fazer o que a pessoa gosta e é capaz de conseguir. Relaciona-se com as necessidades de estima, a autonomia, a independência e o autocontrole, desafios no trabalho e necessidades de influenciar nas tomadas de decisões

2.2.2 Teoria dos dois fatores de Herzberg

Herzberg (1997) afirma que a satisfação de necessidades básicas não é fonte de motivação, como se a motivação fosse apenas fruto de satisfação complexa, como estima e auto realização. Sugerindo para a motivação no trabalho, o enriquecimento de cargos, como forma de satisfazer essas necessidades complexas.

No quadro abaixo observa-se a relação entre cada necessidade. Dessa maneira é possível

distinguir o que realmente gera motivação, ou seja que promove a satisfação das necessidades de estima e auto realização, são aquelas que servem para prevenir a insatisfação.

Frederick Herzberg, psicólogo, consultor e professor universitário americano, lecionou no Antioch College, como base de sua teoria, afirma que o comportamento humano no trabalho é orientado por dois grupos de fatores, a saber: os higiênicos e os motivacionais conforme figura 2.

Fatores Que Previnem a Insatisfação (Higiênicos)	Fatores Que Geram Satisfação (Motivadores)
Salário	Realização
Condições de Trabalho	Reconhecimento
Relação com Pares, com Supervisor e com Subordinados	Responsabilidade
Segurança	Progresso
Política e Administração da Companhia	Desenvolvimento

Figura 2: Fatores Higiênicos e motivadores segundo Herzberg
Fonte: HERING, 1996

Fatores higiênicos são definidos pelo que envolve o empregado e fogem de seu controle. Por exemplo salários e benefícios, tipo de chefia, política e diretrizes organizacionais.

Fatores motivacionais: são relacionadas ao cargo e natureza da tarefa desempenhada, a que devem levar ao reconhecimento e a valorização profissional, culminando com a auto realização. Estes fatores quando são bons, levam a satisfação do funcionário, mas quando ruins, podem bloquear a satisfação. Que os caracteriza como fatores satisfacientes que não leva a situação inversa do que foi determinado.

3. Metodologia

O presente projeto tem por objetivo de analisar os fatores motivacionais ou de desmotivação dos colaboradores, utilizando assim A pesquisa quanto a sua natureza básica, quanto ao objetivo optou-se pela pesquisa realizada de forma exploratória, conforme Gil (2009) estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que "estimulem a compreensão".

A fim de complementar e enriquecer o estudo utilizará também, a pesquisa descritiva, para Silva (2003), a pesquisa descritiva tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre as variáveis.

No que se refere a abordagem do problema optou-se pela pesquisa qualitativa como sendo a mais adequada para o projeto, para Minayo (2004) esse conjunto de dados considerados qualitativos corresponde a um espaço mais profundo das relações, não podendo reduzir os processos e os fenômenos à operacionalização de variáveis.

Quanto aos procedimentos a fundamentação teórica será explorada de forma bibliográfica onde, Severino (2007) escreve que a pesquisa bibliográfica é aquela se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Muito bem representada e definida por Gil (2009, p. 41):

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas.

Este trabalho conta com um estudo de caso onde consiste em um exame minucioso que requer envolvimento e atenção do pesquisador na coleta e na análise dos dados. Martins (2008, p. 24) salienta que:

O observador deve ter competência para observar e obter dados e informações com imparcialidade, sem contaminá-los com suas próprias opiniões e interpretações. Paciência, imparcialidade e ética são atributos necessários ao pesquisador.

Quanto ao instrumento de pesquisa será aplicado um questionário pré-definido, aplicado junto ao público-alvo, sendo o Motivograma de Abraham Maslow (1996), composto por 30 questões, ainda foi aplicado um questionário sociodemográficos para identificação do perfil pesquisado. Os dados desta pesquisa foram coletados no período de 15 a 17 de agosto de 2018. A população foi de 25 colaboradores, e a amostra de 22 o que representa 88%.

A empresa em estudo é a Honda Niponsul do setor privado, pertence ao Grupo Interalli do segmento concessionário. A Niponsul é o maior grupo Honda da região sul do Brasil, sendo uma marca de grande renome. Ela possui 4 lojas, sendo a matriz em Curitiba e duas filiais na mesma cidade, a filial em estudo é a de Ponta Grossa (terceira filial). Está concessionária, foi inaugurada em 10 de outubro de 2005 atualmente ela possui 25 colaboradores, sendo 7 vendedores, 3 administrativos, 2 gestores, 13 na oficina mecânica.

4. Resultados e discussões

Abaixo estão descritos os resultados afim de identificar a principal necessidade dos colaboradores da empresa em estudo. Em um primeiro momento optou-se em apresentar os dados sociodemográficos, posteriormente o Motivograma de uma forma geral, depois dividido entre os casados e solteiros, por fim um quadro comparativo com todas as porcentagens. Inicialmente o resultado do questionário sociodemográficos é apresentado, este pode ser visualizado conforme Tabela 1.

CARACTERÍSTICAS	PORCENTAGEM
Estado Civil	

Casado/União estável	59%
Solteiro	27%
Separado	14%
Filhos	
Nenhum	45%
Dois filhos	27%
Três filhos	23%
Um filho	5%
Com quem mora	
Com família própria	64%
Sozinho	18%
Mora com os pais	14%
Com amigos	5%
Naturalidade	
Ponta Grossa	86%
Outro	14%
Castro	0%
Carambeí	0%

Tabela 1: Resumo do Questionário sociodemográficos

Fonte: dados da pesquisa

Percebe-se que 59% dos colaboradores são casados, enquanto que 27% são solteiros. A maioria não tem filhos, representando 45% sendo que 27% tem 2 filhos. Os que moram com a família própria representam 64% enquanto que 18% moram sozinhos. Com 86% naturais e morando em Ponta Grossa. Observa-se que a maioria é casado, não possui filhos, moram com a família e são naturais de Ponta Grossa mesmo.

4.1 Classificação: resultado geral

Após analisar o perfil dos colaboradores, buscou-se identificar por meio do questionário Motivograma os índices motivacionais de forma Geral, isso é visível conforme o Gráfico 1 abaixo:

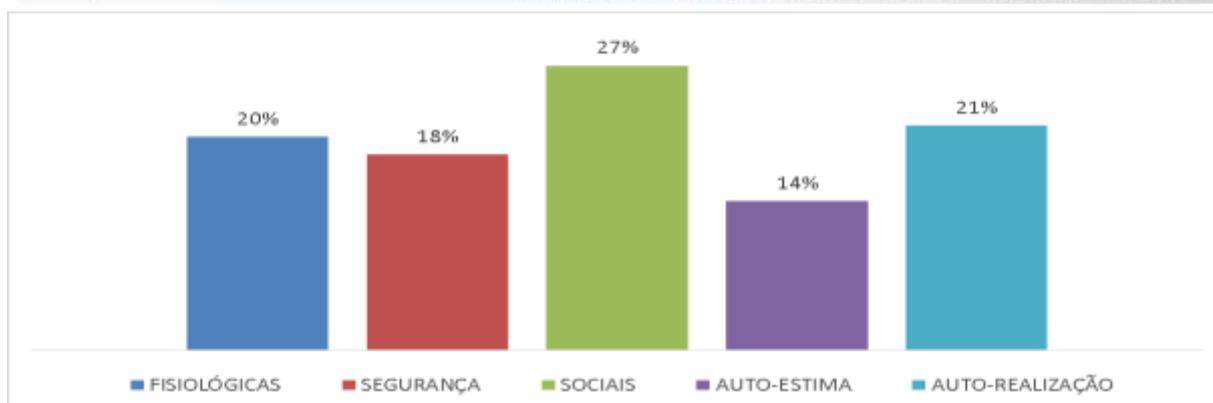


Gráfico 1: Perfil motivacional – Geral: Sociais

Fonte: dados da pesquisa

Nota-se um número significativo na questão sociais para o grupo inteiro, grupo geral (todos os colaboradores), representando 27% onde é perceptível que essa é a necessidade mais importante na visão geral dos colaboradores neste momento. Enquanto 21% representa a auto realização como prioridade.

De acordo com a Teoria da Pirâmide de Maslow o grupo de estudo apresentou como destaque a necessidade social, segundo Robbins (2002) a necessidade social é necessidade de afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo. A segunda necessidade com maior pontuação foi a de auto realização, segundo Cabral (2018) as necessidades de autor realização que se encontram no topo da pirâmide hierárquica são: moralidade, criatividade, espontaneidade, autodesenvolvimento, prestígio.

A que apresentou menor destaque é a auto-estima, que conforme Robbins (2002) retrata as questões de sentir-se digno, respeitado por si e pelos outros, com prestígio e reconhecimento, poder, orgulho, responsabilidade e comprometimento pelos resultados

4.2 Classificação: resultado para o grupo dos casados

Após análise de forma Geral sobre o Motivograma optou-se em analisar por grupo os resultados. O primeiro grupo foi os de casados, e os resultados podem ser vistos conforme Gráfico 2.

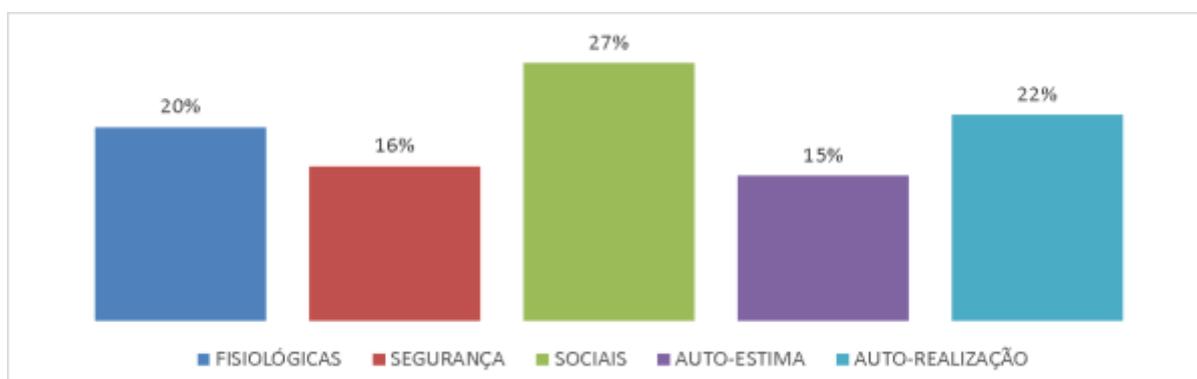


Gráfico 2: perfil motivacional – casados: sociais

Fonte: dados da pesquisa

No perfil motivacional, que se refere aos casados os números se repetem quase que da mesma maneira do que o Geral, sendo que 27% representa que os casados estão mais preocupados em ter opções sociais para interagir e descontraír com familiares e amigos. Enquanto que 22% representa a auto realização como fator mais importante.

Segundo Robbins (2002) a necessidade social que na pirâmide de Maslow ocupa a posição 3, pelos resultados até o momento observa-se que a opção de estar casado ou solteiro não diferencia a necessidade.

A auto estima permanece sendo a com menor porcentagem, apenas 15%. Para Cabral (2018) as necessidades de status e estima ocorrem depois que as necessidades sociais são supridas, ou seja, para o grupo existem outras necessidades mais importantes para serem sanadas se comparado a estima.

4.3 Classificação: resultado para o grupo dos solteiros

Verificado o grupo dos casados, buscou-se verificar o grupo dos solteiros, o resultado é possível de se verificar conforme Gráfico 3 abaixo.

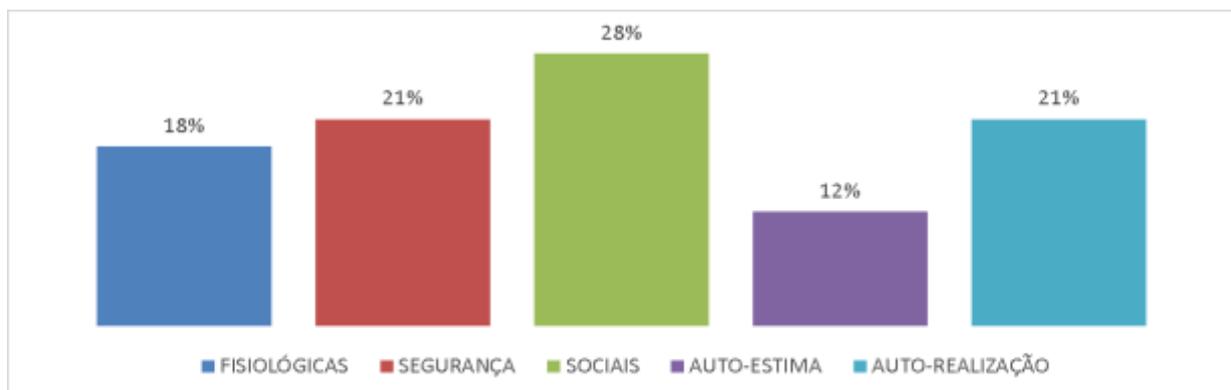


Gráfico 3: perfil motivacional – solteiros: sociais

Fonte: dados da pesquisa

Para os solteiros também um número muito representativo vem em questão do fator social, representando 28% dos mais preocupados nessa questão, na sequencia está a auto realização que representa 21% dos mais preocupados em auto se realizar profissionalmente. Também com 21% o fator Segurança demonstra colaboradores preocupados em se manter no emprego e ter uma estabilidade financeira com um bom salário e mais benefícios adquiridos.

Já a auto estima obteve uma porcentagem menor do que o de casado, conforme os dados da pesquisa.

4.4 Quadro geral

Após análise individual dos resultados, optou-se em comparar os dados sociodemográficos (grupos) com o Motivograma. E isto é possível conforme Tabela 2 abaixo.

DESCRIÇÃO	FISIOLÓGIC AS	SEGURANÇ A	SOCIAI S	AUTO- ESTIMA	AUTO- REALIZAÇÃO
Geral	20%	18%	27%	14%	21%
Casados	20%	16%	27%	15%	22%
Solteiros	18%	21%	28%	12%	21%
Nenhum filho	19%	16%	28%	16%	21%
2 Filhos	19%	16%	28%	16%	21%
Mora com a própria família	21%	18%	26%	14%	21%
Ponta Grossa	21%	18%	26%	14%	21%

Tabela 2: Resumo dos resultados

Fonte: dados da pesquisa

Nota-se que em todos os grupos a necessidade social é a que apresenta maior relevância, o que representa a necessidade que este grupo de pessoas tem de relacionar. Conforme Maslow (1962) necessidade é, em resumo, a privação de certas satisfações, no caso a necessidade em destaque é a necessidade social.

Após a necessidade social, observa-se que o grupo apontou uma porcentagem relevante a auto realização, o que significa que estes sentem a necessidade de realizar e construir sonhos. De acordo com Maslow (1962) defendia que as necessidades de nível alto jamais conseguirão ser completamente satisfeitas, mantendo-se sempre como reduto de força motivacional

5. Considerações finais

O presente artigo tinha por objetivo analisar os fatores motivacionais ou de desmotivação dos colaboradores da empresa Honda Niponsul, após a conclusão da pesquisa identificou-se que as necessidades sociais e de auto realização quando são atendidas geram motivação. Por outro lado, as necessidades fisiológicas e de segurança já foram atendidas e qualquer ação referente a estas necessidades não trará resultado motivacional.

Na pesquisa a necessidade que se destacou na Empresa foi a necessidade social. Ou seja, é a necessidade que cada indivíduo tem de manter relações humanas com harmonia, fazer parte de um grupo, ser membro de um clube, ter vários amigos e receber carinho de familiares.

Na prática, parece mais importante o momento de confraternização que o desenvolvimento da atividade em si, pois é o momento social, de se socializar e desfrutar harmoniosamente dos relacionamentos. Em outras palavras saber que haverá o momento social após a conclusão e alcance das metas organizacionais faz que a equipe busque dentro de si um energizador para acelerar a atividade desempenhada.

Para o gestor de pessoas, a aplicação desta pesquisa permite mensurar qual das necessidades a equipe carece de atenção. Se a empresa se dispõe a tomar uma iniciativa para aumentar a motivação da equipe, então através da aplicação do Motivograma de Maslow entende-se que a necessidade que deve ser atendida é a necessidade social e com ela haverá um aumento na motivação dos colaboradores em buscar atingir as metas organizacionais.

Sugere-se abrir a possibilidade para que os colaboradores possam frequentar um mesmo clube campestre, ou mesmo proporcionar mais confraternizações que não estejam relacionadas apenas a atingimento de metas, desta forma este seria um motivador semanal, onde poderiam se encontrar com suas famílias, estreitar relacionamentos, desfrutar de momentos de

descontração.

Referências

- CABRAL, G. **MUNDO EDUCAÇÃO: psicologia – Maslow e as necessidades humanas**. Disponível em < <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/psicologia/maslow-as-necessidades-humanas.htm> > acesso em 14/09/2018.
- CHIAVENATO, I. **Carreira e competência: gerenciando o seu maior capital**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 122, 2002.
- _____. **Comportamento organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações**. 2 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, p.242, 243, 244, 2010.
- _____. **Gerenciando com as pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevierp. 242, 2005.
- FIORELLI, J. O. **Psicologia para administradores**. São Paulo: Atlas, p. 118-132 2004.
- FRITZEN, S. J. **Relações humanas interpessoais: nas convivências grupais e comunitárias**. Rio de Janeiro: Vozes, p. 101, 2007.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas p. 41,44, 2009.
- _____. **Administração de recursos humanos: um enfoque profissional**. São Paulo: Atlas, p.63, 1994.
- HERING, S. de Q. **Motivação dos quadros operacionais para a qualidade sob o enfoque da liderança situacional**. Dissertação de Mestrado de Engenharia de Produção- PPGEP, UFSC, p.38, 1996.
- MARTINS, G. A. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, p.24 2008.
- MASLOW A. H. **A Psicologia do Ser**. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, p. 247, 1996.
- _____. **Introdução à psicologia do ser**. Rio de Janeiro: Eldorado, p.121 1962.
- MINAYO, M.C.de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 8º ed. São Paulo: HUCITEC, p.28, 2004.
- ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, p. 342, 2000.
- _____. **Comportamento organizacional**- 9ª ed. São Paulo: Ed. Prentice Hall, p.143.2002
- SANTOS, H.H.; MONTEIRO, S.S.; SANTOS, T.P.dos. **A Influência da liderança na motivação da equipe**. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Graduação e Pós-graduação, Sociedade de Educação e Cultura de Goiânia Ltda – Secg, Goiânia, p. 22, 2015.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, p.122, 2007.
- SILVA, A.C.R.de. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**. São Paulo: Atlas, p. 65, 2003.