

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC  
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

**LUANA VIEIRA TAVARES**

**A MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES:  
UM ESTUDO NA INDÚSTRIA DE EMBALAGENS GUARÁ LTDA**

**CRICIÚMA  
2015**

**LUANA VIEIRA TAVARES**

**A MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES:  
UM ESTUDO NA INDÚSTRIA DE EMBALAGENS GUARÁ LTDA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para a obtenção do grau de Bacharel, no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ma. Jucélia da Silva Abel

**CRICIÚMA**

**2015**

**LUANA VIEIRA TAVARES**

**A MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES:  
UM ESTUDO NA INDÚSTRIA DE EMBALAGENS GUARÁ LTDA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para a obtenção do grau de Bacharel, no Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 01 de dezembro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Jucélia da Silva Abel - Mestre - (Unesc) - Orientadora

Prof<sup>a</sup>. Juliane Barp Rosso – Especialista - (Unesc) - Avaliadora

Prof<sup>a</sup>. Suzana Machado Simon – Especialista - (Unesc) - Avaliadora

**Dedico este trabalho a todos os meus familiares e amigos, por nunca me deixarem desistir, por acreditarem em mim e me incentivarem a seguir meu caminho de forma correta.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, inicialmente, a Deus, pois sem Ele eu não conseguiria ter forças para levar a diante essa etapa da minha vida.

Agradeço aos meus pais que sempre deram importância aos meus estudos, e por estarem sempre ao meu lado em todos os momentos.

Ao meu filho Nicolás, que foi minha maior inspiração para este trabalho.

Ao meu esposo Helder Rosso que, com muito amor e carinho, sempre me incentivou, para que eu desse continuidade aos estudos.

A minha irmã Kauana Tavares, que compreendeu minhas ausências nesses quatro anos de caminhada.

Aos professores do curso, pela contribuição, e especialmente a professora Jucélia da Silva Abel, sempre uma grande conselheira.

O meu sincero obrigada.

*“É mais importante adotar a estratégia correta do que buscar o lucro imediato”.*

*Phillip Kotler*

## RESUMO

A motivação das pessoas dentro de uma empresa contribui para o desenvolvimento profissional das mesmas. Os colaboradores trabalham com mais harmonia e alcançam as metas desejadas pela organização. Esta pesquisa teve como objetivo avaliar a motivação dos colaboradores da Indústria de Embalagens Guará Ltda. Na busca de respostas e compreensão do tema abordado, a elaboração do referencial teórico fundamentou-se em Chiavenato, Gil, Bergamini, entre outros. A metodologia foi de caráter qualitativo e quantitativo, com pesquisa descritiva. Para essa análise foram elaborados 41 questionários com perguntas objetivas, com as quais buscou-se identificar o grau de motivação dos colaboradores, a fim de propor melhorias embasadas em autores renomados na área de motivação. As pesquisas de motivação são de grande importância, pois demonstram os pontos a serem melhorados em uma organização.

**Palavras-chave:** Motivação. Colaboradores. Organização.

## **ABSTRACT**

The people's motivation in an enterprise contributes to the ir professional development. The employees work with more harmony and succeed the goals desired by the organization. This research aimed to evaluate the employees' motivation of the Industry of Packages Guar Ltda. Searching answers and comprehension about the subject discussed, the elaboration of the theoretical was based on Chiavenato, Gil, Bergamini, among others. The methodology was with qualitative and quantitative character, with descriptive research. For this analysis it was elaborated 41 questionnaires with objective questions, with which it sought to identify the degree of employees' motivation for propose improvements based on renowned authors on motivation area. The motivation researches are very important because they demonstrate the points to be improved in an organization.

**Key-words:** Motivation. Employees. Organization.

## RESUMEN

La motivación de las personas dentro de una empresa contribuye para el desarrollo profesional de las mismas. Los empleados trabajan con más armonía y alcanzan las metas deseadas por la organización. Esta pesquisa tuvo como objetivo evaluar la motivación de los empleados de la Industria de Embalajes Guará Ltda. En la búsqueda de respuestas y comprensión del tema tratado, la elaboración del referencial se basó en Chiavenato, Gil, Bergamini, entre otros. La metodología fue de carácter cualitativo y cuantitativo, con pesquisa descriptiva. Para este análisis fueron elaborados 41 cuestionarios con preguntas objetivas, con las que se trató de identificar el grado de motivación de los empleados, con el fin de proponer mejoras basadas en autores de renombre en el área de motivación. Las pesquisas de motivación son muy importantes, pues demuestran los puntos que mejorar en una organización.

**Palabras-Clave:** Motivación. Empleados. Organización.

## LISTA DE FIGURAS

Esquema 1: Pirâmide das necessidades de Maslow .....	20
Esquema 2: Fatores motivacionais de Herzberg.....	22

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Sexo .....	30
Tabela 2: Faixa etária.....	32
Tabela 3: Nível de escolaridade .....	33
Tabela 4: Satisfação em relação às instalações e ao espaço de trabalho .....	34
Tabela 5: Se as orientações do supervisor são claras e objetivas .....	35
Tabela 6: Se o relacionamento entre as pessoas da equipe é bom.....	36
Tabela 7: Se existe reconhecimento da empresa pelo desempenho .....	37
Tabela 8: Grau de motivação em relação ao trabalho que desempenha .....	39
Tabela 9: Se costuma ser elogiado quando realiza um bom trabalho.....	41
Tabela 10: Se o supervisor dá feedback sobre o desempenho do funcionário .....	43
Tabela 11: Satisfação em relação ao salário recebido.....	44
Tabela 12: Se tem todas as ferramenta necessárias para desenvolver o trabalho ...	46
Tabela 13: Satisfação em relação ao único benefício concedido pela empresa .....	47

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo.....	30
Gráfico 2: Faixa etária .....	32
Gráfico 3: Nível de escolaridade .....	33
Gráfico 4: Satisfação em relação às instalações e ao espaço de trabalho .....	34
Gráfico 5: Se as orientações do supervisor são claras e objetivas .....	35
Gráfico 6: Se o relacionamento entre as pessoas da equipe é bom .....	36
Gráfico 7: Se existe reconhecimento da empresa pelo desempenho .....	37
Gráfico 8: Grau de motivação em relação ao trabalho que desempenha .....	39
Gráfico 9: Se costuma ser elogiado quando realiza um bom trabalho .....	41
Gráfico 10: Se o supervisor dá feedback sobre o desempenho do funcionário .....	43
Gráfico 11: Satisfação em relação ao salário recebido .....	44
Gráfico 12: Se tem todas as ferramentas necessárias para desenvolver o trabalho.	46
Gráfico 13: Satisfação em relação ao único benefício concedido pela empresa.....	47

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 TEMA .....	14
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	15
1.3 PROBLEMA .....	15
1.4 JUSTIFICATIVA .....	15
1.5 OBJETIVOS .....	16
<b>1.5.1 Objetivo geral</b> .....	16
<b>1.5.2 Objetivos específicos</b> .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
2.1 ORGANIZAÇÕES .....	17
<b>2.1.1 Clima organizacional</b> .....	18
<b>2.1.2 Motivação no trabalho</b> .....	18
2.1.2.1 A importância da motivação nas organizações .....	19
2.1.2.2 Forças motivacionais.....	19
2.1.2.3 A hierarquia das necessidades segundo Maslow.....	20
2.1.2.4 Teoria da motivação de fatores de Herzberg .....	22
<b>2.1.3 Desempenho</b> .....	23
<b>3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	24
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO.....	24
<b>4 METODOLOGIA DA PESQUISA</b> .....	25
4.1 PESQUISA E TIPOS DE PESQUISA.....	25
<b>4.1.1 Quanto à natureza</b> .....	26
4.1.1.1 Pesquisa bibliográfica.....	26
4.1.1.2 Pesquisa qualitativa e quantitativa .....	26
4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	27
4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	28

4.4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	28
<b>5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>30</b>
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>48</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>50</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>53</b>
<b>APÊNDICE A – PESQUISA SOBRE MOTIVAÇÃO NO TRABALHO .....</b>	<b>54</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com o decorrer dos anos, as organizações vêm observando a suma importância da valorização de seus colaboradores.

A motivação é definida como uma ação de impulso interno, para a realização das necessidades que cada pessoa tem, e pode aparecer no desejo de segurança, auto-estima, auto-realização e de reconhecimento.

Para manter seus colaboradores motivados e empenhados, algumas empresas usam táticas como benefícios, bolsas de estudos, prêmios, entre outros. Essas ações atraem novos e antigos colaboradores.

O trabalho em questão tem por objetivo analisar, através de pesquisa bibliográfica e de um questionário, a importância de ter colaboradores motivados. Os colaboradores são uma das principais portas para o sucesso de uma empresa, e sua opinião é muito importante para que esse sucesso se mantenha. Por isso, este trabalho visou a analisar o grau de motivação dos colaboradores na Indústria de Embalagens Guará, que fica localizada no bairro Quarta Linha, Criciúma (SC) a fim de questionar, refletir, e conhecer sobre a motivação dos mesmos e, se necessário, apresentar melhorias para empresa.

Na primeira etapa, encontra-se a fundamentação teórica apontando conceitos sobre motivação, organizações, benefícios, liderança, gestão de pessoas, comportamento, comunicação, *feedback*, clima organizacional, motivação no trabalho e desempenho, baseando-se em autores renomados, com conhecimento nas áreas.

A segunda etapa é dedicada à metodologia empregada, que especifica a população, a amostra e o instrumento de coleta de dados, pelos quais se elaborou o questionário que norteou a pesquisa, obtendo-se informações sobre o grau de motivação dos funcionários.

Na terceira etapa, encontram-se os resultados obtidos na pesquisa, por meio da aplicação dos questionários, apontando um resultado que visa propor melhorias para a Indústria de Embalagens Guará Ltda.

## 1.1 TEMA

A motivação dos colaboradores: um estudo na Indústria de Embalagens  
Guará Ltda.

## 1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Estudo sobre a motivação dos colaboradores na Indústria de Embalagens Guará Ltda.

## 1.3 PROBLEMA

Com base nas habituais relações nos ambientes de trabalho como também nos assuntos que tratam de aspectos motivacionais, sabe-se que há muitas ações que podem contribuir para que os colaboradores de uma organização se mantenham motivados. Demonstrações de reconhecimento pelos serviços prestados, concessão de benefícios, cuidados com o conforto no ambiente de trabalho, oportunidades para ascensão profissional e *feedback* de um bom trabalho realizado são itens necessários na relação de empresas e administradores com seus funcionários.

Entretanto, apesar de todas essas práticas, a figura do funcionário desmotivado insiste em manter-se como um desafio para os gestores de muitas organizações. Por isso, tornou-se importante saber: como está o grau de motivação dos colaboradores da Indústria de Embalagens Guará?

## 1.4 JUSTIFICATIVA

Muitos gestores da área de recursos humanos estão detectando grandes dificuldades no mercado de trabalho em relação à motivação dos funcionários, o que, muitas vezes, tem afetado o desempenho dos mesmos. Em muitos casos, observa-se que não é somente a questão financeira que interfere no desempenho e na produtividade dos funcionários; aspectos como reconhecimento, benefícios, *feedback*, comunicação, condições de trabalho, entre outros, também são determinantes para que os objetivos da organização e dos colaboradores estejam bem afinados.

Os danos que podem surgir em decorrência da desmotivação no ambiente de trabalho, muitas vezes são incalculáveis. Consequências como improdutividade, perda na qualidade dos produtos, falta de compromisso com os resultados e acomodação profissional, são significativos entraves para os

empreendedores que necessitam se firmar no mercado, cada vez mais competitivo e mutável.

Para a empresa, manter os colaboradores motivados é um requisito fundamental para a obtenção de lealdade, de criatividade e de comprometimento; a motivação é essencial para que as metas sejam atingidas e também para que o grupo se predisponha a enfrentar os próximos desafios.

Pretende-se, com esta pesquisa, identificar o que vem motivando os colaboradores da Indústria de Embalagens Guará Ltda., e apresentar sugestões com o intuito de criar e/ou ampliar as possibilidades de manter as equipes coesas e voltadas para o aprimoramento constante.

Este trabalho é um requisito da grade curricular do Curso de Secretariado Executivo, que não só contribuirá com o crescimento da empresa em questão, mas também, servirá de base para que futuros acadêmicos possam dar continuidade ao estudo sobre motivação dentro das organizações.

## 1.5 OBJETIVOS

### 1.5.1 Objetivo geral

Identificar o grau de motivação dos colaboradores da Indústria de Embalagens Guará Ltda.

### 1.5.2 Objetivos específicos

- Conhecer os benefícios oferecidos pela empresa;
- Avaliar as condições de trabalho dos colaboradores;
- Verificar o grau de motivação dos colaboradores;
- Analisar o grau de motivação.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, apresentam-se os assuntos relacionados à motivação. Dessa forma, serão apresentados na pesquisa, os aspectos do tema abordado.

### 2.1 ORGANIZAÇÕES

Sabe-se que as organizações são um conjunto de pessoas com o objetivo de atingir metas e gerar resultados. As organizações se definem como um sistema de atividades planejadas, projetadas e coordenadas, de duas ou mais pessoas. (CHIAVENATO, 2004). Conforme Chiavenato (2004, p. 67) há hoje no mundo uma enorme variedade de organizações:

- Empresas comerciais;
- Empresas industriais;
- Bancos e financeiras;
- Escolas e universidades;
- Lojas e comércio;
- Igrejas, hospitais e laboratórios;
- Rádio e televisão;
- Empresas jornalísticas;
- Consultoria;
- Empresas de auditoria;
- Cinema e teatro;
- Empresas de propaganda;
- Clínicas médicas;
- Restaurantes;
- Shopping Centers.

As organizações estão passando por transformações a cada dia, seja investindo em novas tecnologias, seja mudando os serviços e produtos. As organizações estão mudando o comportamento das pessoas. (CHIAVENATO, 2004, p.69).

### **2.1.1 Clima organizacional**

O clima organizacional está relacionado com a motivação dos membros de uma organização. Quando a motivação dos colaboradores está elevada, o clima proporciona relações de satisfação, animação, e principalmente de interesse entre eles. (CHIAVENATO, 2004).

As consequências de um clima organizacional ruim, como se pode observar na citação abaixo, podem se apresentar como desinteresse, insatisfação, apatia, depressão, chegando a possíveis reações de agressividade e inconformidade. (CHIAVENATO, 2004).

Para Chiavenato (2003, p. 43):

O Clima Organizacional influencia a motivação, o desempenho humano e a satisfação no trabalho. Ele cria certos tipos de expectativas sobre as quais consequências se seguem em decorrência de diferentes ações. As pessoas esperam certas recompensas, satisfações e frustrações na base de suas percepções do clima organizacional.

“Clima organizacional é o resultado da análise de como as pessoas se sentem em relação à organização, com seu modelo de administração, bem como aos relacionamentos interpessoais existentes.” (OLIVEIRA, 2008, p. 168).

### **2.1.2 Motivação no trabalho**

Sabe-se que hoje, a competitividade nos negócios está influenciando diretamente as pessoas. Por isso, a necessidade de se ter colaboradores motivados, para obter os resultados esperados pela empresa. Os colaboradores motivados no trabalho é a principal fonte para a qualidade na produtividade de uma organização. (GIL, 2001).

De acordo com a definição de Gil (2001, p. 206), “as pessoas não necessitam apenas de recompensas financeiras, mas também de respeito e atenção dos outros.” E mais, “no mercado de trabalho os proprietários, gerentes, chefes, precisam estar atentos à importância da motivação de seus colaboradores, e identificarem que cada funcionário tem uma necessidade diferente.” (GIL, 2001, p. 202). A importância da motivação no ambiente de trabalho envolve aspectos importantes para que os colaboradores se sintam reconhecidos pela empresa.

### 2.1.2.1 A importância da motivação nas organizações

A motivação dentro das empresas tem grande importância levando-se em conta a diversidade de comportamento e de interesses entre os colaboradores. Como cita Bergamini (1997, p. 26):

A motivação abrange grande variedade de modos comportamentais. A diversidade de interesses percebida entre os indivíduos permite aceitar, de forma razoavelmente clara, que as pessoas não fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões.

Segundo Spitzer (1997, p. 43):

Nenhum desejo é mais claramente universal do que o desejo de reconhecimento. Todos querem se sentir apreciados pelos outros, ser positivamente reconhecidos por seus méritos e contribuições. O desejo de reconhecimento está profundamente arraigado na natureza humana.

Sobre a importância da motivação, Spitzer complementa citando a valorização das pessoas. “E a valorização é um dos motivadores mais poderosos, mais baratos e mais “portáteis” disponíveis. Um “obrigado” sincero pode ser dito em qualquer lugar e a qualquer hora, não custa absolutamente nada e pode ser mais poderoso.” (SPITZER, 1997, p. 106).

### 2.1.2.2 Forças motivacionais

Sabe-se que cada pessoa tem sua força motivacional própria, por isso percebe-se a importância das forças motivacionais, e as consequências que elas geram.

Segundo Bergamini (1997, p. 83), entende-se, assim, que “a motivação seja um impulso que venha de dentro e que tem, portanto, suas fontes de energia no interior de cada pessoa.”

Conforme Bergamini (1997, p. 89):

Um dos conceitos mais frequentes encontrados no campo das teorias que privilegiam os instintos é o de impulso. Esse termo é utilizado para designar um tipo de energia interior que leva os seres vivos a ação. Os impulsos são considerados como representantes daquelas formas de comportamento por meio as quais os seres vivos procuram restabelecer o equilíbrio.

Gil (2001, p. 203) cita que:

As forças motivacionais levam as pessoas a terem impulsos, a determinada ação, pode - se dizer que são as “molas da ação”, e com a ação motivadora vem a necessidade, assim sendo, possível afirmar que as pessoas são movidas pelas necessidades que elas querem alcançar naquele momento, naquele espaço.

### 2.1.2.3 A hierarquia das necessidades segundo Maslow

Considerando-se as necessidades que as pessoas têm, Gil (2001, p. 205) cita o autor Maslow como segue:

O psicólogo Abraham H. Maslow constatou através de estudos e pesquisas que há varias necessidades humanas que se apresentam em diferentes formas de níveis, segundo Maslow classificou em cinco grupos: segurança, fisiológicas, sociais, estima, e de auto realização.

Conforme Chiavenato (1994, p. 68):

A satisfação de algumas necessidades é temporal e passageira, ou seja, a motivação humana é clinica: o comportamento é quase um processo contínuo da resolução de problemas e de satisfação de necessidades, à medida que vão surgindo.

A teoria das necessidades, de Maslow, pode ser mostrada em forma de pirâmide, onde o autor classificou as necessidades primárias e as necessidades secundárias.

Esquema 1: Pirâmide das necessidades de Maslow



Fonte: [www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br)

“Maslow define também que as necessidades fisiológicas são essenciais para todo o processo continuar, e que são refletidas nos esforços do organismo dos seres humanos, para garantir a sobrevivência, como: sede, abrigo, alimentos, sono etc.” (GIL, 2001, p. 205). Dando continuidade:

Constituiu-se em segundo nível da pirâmide de Maslow, a necessidade de segurança, que se associa à necessidade dos seres humanos estarem livres de perigos, e da privação das necessidades fisiológicas básicas, a questão da segurança permite as pessoas a se preocuparem com o futuro, como ter segurança no emprego, na família, na propriedade, elas manifestam suas forças, quando as necessidades fisiológicas estiverem satisfeitas. (GIL, 2001, p. 205).

Segundo Gil (2001, p. 206):

O terceiro nível das necessidades segundo Maslow são as necessidades sociais, que uma vez satisfeitas às necessidades primárias, as pessoas passam para um nível acima da pirâmide, as necessidades sociais, que levam as pessoas a querer se envolver perante a sociedade, ser aceito nos grupos.

Na visão de Chiavenato (2002, p. 84), as necessidades sociais “são as necessidades relacionadas com a vida associativa do indivíduo junto a outras pessoas. São as necessidades de associação, de participação, de aceitação por parte dos colegas, de troca de amizade, de afeto e de amor.”

“Quando as necessidades sociais não estão suficientemente satisfeitas, a pessoa se torna resistente, antagônica e hostil com relação às pessoas que a cercam.” (CHIAVENATO, 2002, p. 84). E ainda:

As necessidades de estima são as relacionadas com a maneira pela qual a pessoa se vê e se avalia, isto é, com a auto-avaliação e a auto-estima. Envolve a auto-apreciação, a autoconfiança, a necessidade de aprovação social, e reconhecimento social, prestígio e outros. (CHIAVENATO, 2002, p. 84).

“As necessidades de auto-realização são as necessidades humanas mais elevadas e que se encontram no topo da hierarquia.” (CHIAVENATO, 2004, p. 67).

Chiavenato complementa sua citação dizendo que (2002, p. 85), “as necessidades de auto-realização estão relacionadas com autonomia, independência, autocontrole, competência e plena realização daquilo que cada pessoa tem de potencial e de virtude, da utilização plena dos talentos individuais.”

### 2.1.2.4 Teoria da motivação de fatores de Herzberg

O estudo da motivação fez com que diferentes autores defendessem sua opinião, sabe-se que Maslow descreve por meio de pirâmide, sua visão, e Herzberg descreve como fatores.



Fonte: [www.conteudodeadm.blogspot.com.br](http://www.conteudodeadm.blogspot.com.br)

“Segundo Herzberg a motivação para trabalhar depende de dois fatores, os fatores higiênicos e os fatores motivacionais.” (CHIAVENATO, 2004, p. 69). E sobre isso, Chiavenato fala ainda:

Herzberg afirma que os fatores higiênicos referem-se às condições em que os colaboradores convivem naquele momento enquanto trabalham, englobando as condições físicas, o salário, os benefícios sociais, as políticas da empresa, entre outros. (CHIAVENATO, 2004, p. 69).

Conforme Chiavenato (2002, p. 87):

Constituem os fatores tradicionalmente utilizados pelas organizações para se obter motivação dos empregados. A expressão higiene serve exatamente para refletir seu caráter preventivo e profilático e para mostrar que se destinam simplesmente a evitar fontes de insatisfação do meio ambiente ou ameaças potenciais ao seu equilíbrio.

“Os fatores motivacionais, conforme Herzberg, relacionam-se com o conteúdo do cargo, ligado às tarefas e aos deveres relacionados com o cargo que o colaborador ocupa.” (CHIAVENATO, 2004, p. 69). Na visão de Chiavenato:

O termo motivação envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional manifestado por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem desafio e significado para o trabalho. Quando os

fatores motivacionais são ótimos, eles elevam a satisfação; quando estão precários, provocam ausência de satisfação. (CHIAVENATO, 2004, p. 69).

“Herzberg conclui que os fatores responsáveis pela satisfação profissional são totalmente desligados e distintos dos fatores responsáveis pela insatisfação profissional.” (CHIAVENATO, 2004, p. 70).

### **2.1.3 Desempenho**

Segundo Marras (2000), desempenho humano é o ato ou efeito de cumprir ou executar determinada missão ou meta previamente traçada.

Uma das metas básicas de todos os gerentes, proprietários, é motivar os trabalhadores a desempenhar suas atividades em seu mais alto nível. Há muitas teorias diferentes sobre motivação para o trabalho, a maioria delas compartilhando alguns elementos comuns. (WAGNER; HOLLENBECK, 2003, p. 88).

“As pessoas serão motivadas ao desempenho de alto nível desde que percebam que a recepção de resultados de valência alta depende de sólido desempenho pessoal.” (WAGNER; HOLLENBECK, 2003, p. 99).

### **3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

Conforme histórico disponível no site da empresa, a Indústria de Embalagens Guará Ltda. é uma indústria especializada em embalagens flexíveis, que foi fundada em maio de 1985 no bairro Vila Nova, no município de Içara/SC, desempenhando atividades de industrialização de embalagens plásticas de polietileno.

Em meados do ano 2000, a empresa transferiu suas atividades para o bairro Quarta Linha, no município de Criciúma/SC, com a construção de um parque fabril de 8.000 metros, sendo então classificada como organização de médio porte, tendo hoje, 90 colaboradores.

A indústria atende seus clientes em diversos estados, incluindo São Paulo, Rio Grande do Sul e Paraná. A empresa produz embalagens plásticas para rótulos nos mais diversos formatos. Pelo fato de o mercado onde a empresa está inserida ser muito concorrido, a mesma vem investindo em tecnologia e mão de obra qualificada.

A Guará Embalagens tem como missão, atender os clientes com efetividade, fornecendo um produto de qualidade com um serviço ágil e de excelência, participando da vida da comunidade e promovendo programas de caráter social.

#### **3.1 AMBIENTE DE TRABALHO**

A presente pesquisa foi realizada na Indústria de Embalagens Guará Ltda., que fica localizada na BR 101, km 01, no bairro Quarta Linha, no município de Criciúma/SC.

O setor de produção é composto por setenta e cinco pessoas, sendo que três estão em processo de experiência, um é o encarregado geral e outro é o supervisor; os demais são funcionários efetivos do setor. Já o setor administrativo é composto por quinze pessoas, incluindo os dois diretores fundadores.

Durante o período de estágio da acadêmica no departamento de recursos humanos, a mesma se encarregou de recolher, junto aos funcionários, todas as informações necessárias para a realização deste estudo.

## 4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste capítulo, demonstram-se os procedimentos metodológicos utilizados e explica-se sobre o tipo da pesquisa, o local onde foi aplicada, os procedimentos para a coleta de dados, a definição da população e a forma de tratamento.

O método é o caminho para prosseguir na extensão de um projeto. Para Andrade (2007, p. 120) “a metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento.”

Para Guedes (1997, p. 134):

O mais importante numa pesquisa é o conhecimento que ela pode trazer à consciência humana. O método é apenas um instrumento, um guia regulador e disciplinador das ações do pesquisador. Ele exerce a função esclarecedora dos caminhos percorridos na construção do conhecimento. Mas não é por si só, garantia da produção do conhecimento.

“Método é o conjunto de procedimentos utilizados na investigação de fenômenos ou no caminho para chegar-se à verdade.” (ANDRADE, 2007, p. 120).

### 4.1 PESQUISA E TIPOS DE PESQUISA

Para a elaboração deste trabalho foi realizada uma pesquisa. “Pode-se definir pesquisa como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.” (GIL, 2008, p. 18).

Conforme Gil (2008, p. 18):

A pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos. Na realidade, a pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados.

O presente estudo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica, e descritiva.

#### 4.1.1 Quanto à natureza

A pesquisa pode ser classificada quanto à sua natureza. “Quanto à natureza, a pesquisa pode constituir-se em um trabalho científico original ou em um resumo de assunto.” (ANDRADE, 2007, p. 113).

Conforme Andrade (2007, p. 113):

Por trabalho científico original entende-se uma pesquisa realizada pela primeira vez, que venha a contribuir com novas conquistas e descobertas para a evolução do conhecimento científico. Naturalmente, esse tipo de pesquisa é desenvolvido por cientistas e especialistas em determinada área de estudo.

##### 4.1.1.1 Pesquisa bibliográfica

Segundo Gil (2008, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.”

Segundo Andrade (2007, p. 26):

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica necessariamente a pesquisa bibliográfica preliminar.

“Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.” (GIL, 2008, p. 44).

##### 4.1.1.2 Pesquisa qualitativa e quantitativa

Uma pesquisa pode ser de caráter qualitativo ou quantitativo. “A pesquisa Qualitativa dá profundidade aos dados, a dispersão, a riqueza interpretativa, a contextualização do ambiente, os detalhes e as experiências únicas.” (COLLADO; LUCIO; SAMPIERI, 2006, p. 15).

Na pesquisa qualitativa o pesquisador analisa cada situação a partir de dados descritivos, procurando identificar relações, causas, consequências, opiniões

e outros fatores considerados relevantes e necessários a compreensão da realidade estudada e que envolve múltiplos aspectos, afirma Vianna (2001).

Creswell (2007, p. 106) cita que:

Em pesquisas quantitativas, as hipóteses e as questões de pesquisa são frequentemente baseadas em teorias que o pesquisador procura testar. Em uma pesquisa quantitativa, toda uma seção da proposta deve ser dedicada a explicação da teoria do estudo.

De acordo com Creswell (2007, p. 120):

Nos estudos quantitativos, os investigadores usam questões e hipóteses de pesquisa para modelar e focar especificamente o objetivo do estudo. As questões de pesquisa são declarações interrogativas ou questões que o investigador tenta responder.

## 4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A presente pesquisa foi realizada com uma amostra de 41 (quarenta e um) colaboradores, em relação aos 90 colaboradores existentes, sendo que destes, foi utilizada uma amostra de 45% por cento de participantes.

Para Rudio (2000), é considerada a parte da população selecionada de acordo com uma regra ou plano, e ao selecioná-la, é de suma importância seguir determinados procedimentos para que se possa ter certeza de que seja a população adequada, passando assim confiança para a realização do estudo.

De acordo com a visão de Lakatos e Marconi (1995, p. 163), “a amostra é uma parcela conveniente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”.

Para a realização do cálculo da amostra, foi delimitada a partir da fórmula descrita por Sampieri, Collado e Lucio (2006), o erro amostral é no mínimo 2% e no máximo 5%, então a amostra desta pesquisa é de 41 colaboradores.

$$n_0 = 1/E^2$$

$$1/(5\%)^2 = 400$$

$$n = N \cdot n_0 / N + n_0$$

$$400 \cdot 1000 / 400 + 1000 = 41$$

N= Tamanho da população

n= Amostra considerada população N.( Finita)

n<sub>0</sub> = Amostra considerando a população infinita

#### 4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A pesquisa contou com uma ferramenta para coleta de dados; um questionário com 13 (treze) questões objetivas, pelas quais foi avaliado o nível da motivação dos colaboradores da Indústria de Embalagens Guará Ltda.

“Para a coleta de dados deve-se elaborar um plano que especifique os pontos de pesquisa e os critérios para a seleção dos possíveis entrevistados e dos informantes que responderão aos questionários ou formulários.” (ANDRADE, 2007, p. 139).

Conforme Andrade (2007, p. 139):

A maneira de aplicar formulários e questionários ou conduzir entrevistas deverá também ser definida e planejada. Todas as etapas da coleta de dados devem ser esquematizadas, a fim de facilitar o desenvolvimento da pesquisa, bem como assegurar uma ordem lógica na execução das atividades.

Segundo Guedes (1997), a coleta de dados, por meio de um experimento, é de fundamental importância para todo aquele que quer ver suas ideias levadas a sério, no convívio da comunidade científica.

#### 4.4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados necessários para o desenvolvimento deste projeto foram obtidos e recolhidos por meio da aplicação de um questionário, com questões objetivas, visando atender ao objetivo geral deste estudo. Tais questões transformaram-se em números no Excel, e cada resultado transformou-se em gráfico, mostrando assim, estatisticamente, os resultados de cada questão proposta pela pesquisadora.

“A análise e interpretação constituem dois processos distintos, mas inter-relacionados. Esses processos variam significativamente, de acordo com o tipo de pesquisa.” (ANDRADE, 2007, p. 141).

O Processo de análise de dados consiste de extrair sentido dos dados de texto e imagem. Envolve preparar os dados para análise, conduzir análises diferentes, aprofundar-se cada vez mais no entendimento dos dados, fazer representação dos dados e fazer uma interpretação do significado mais amplo dos dados. (CRESWELL, 2007, p. 194).

“O mais importante na análise e interpretação de dados no estudo de caso é a preservação da totalidade da unidade social.” (GIL, 2008, p. 141).

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

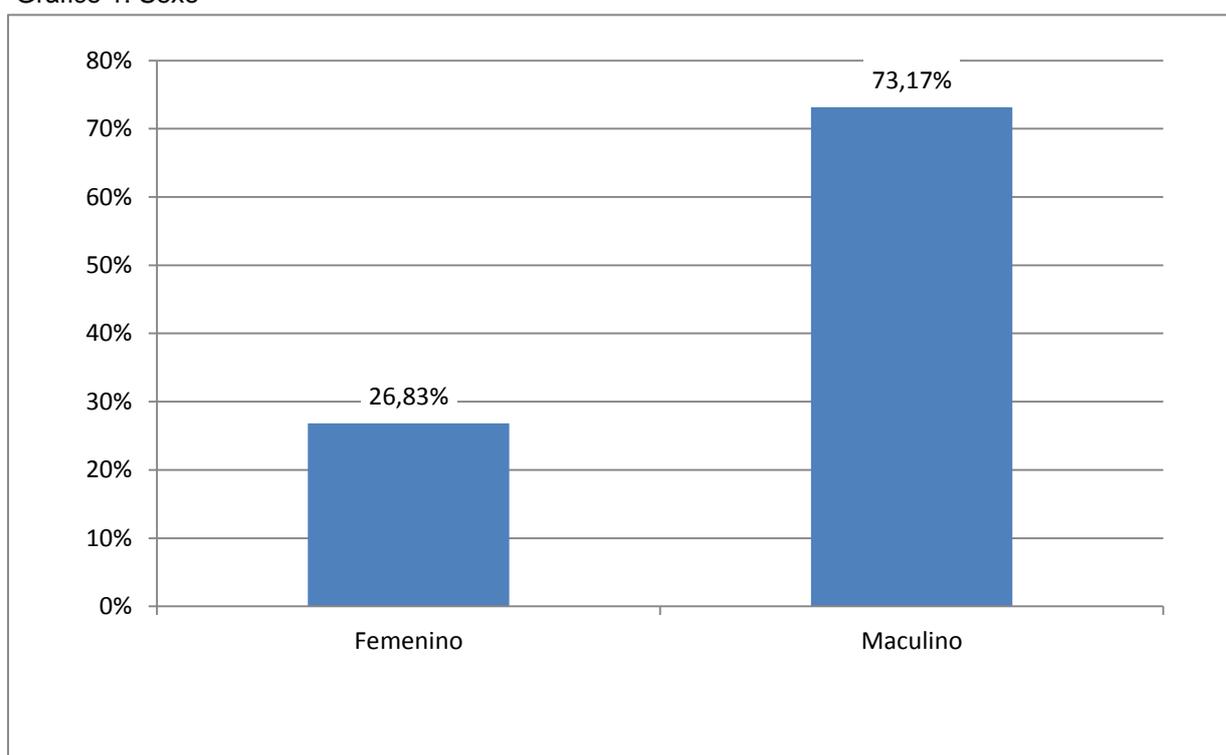
Neste capítulo são apresentados os dados obtidos com a pesquisa realizada entre os dias 02 de setembro a 15 de setembro de 2015, com seus respectivos gráficos e análises.

Tabela 1: Sexo

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Feminino	11	27%
Masculino	30	73%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 1: Sexo



Fonte: Pesquisadora

Conforme mostra a Tabela 1, verifica-se que 27% dos participantes da pesquisa possuem o gênero sexual feminino e 73% masculinos.

De acordo com o Gráfico 1, foi possível constatar que 73% dos colaboradores são do sexo masculino. Vale lembrar que grande parte das atividades

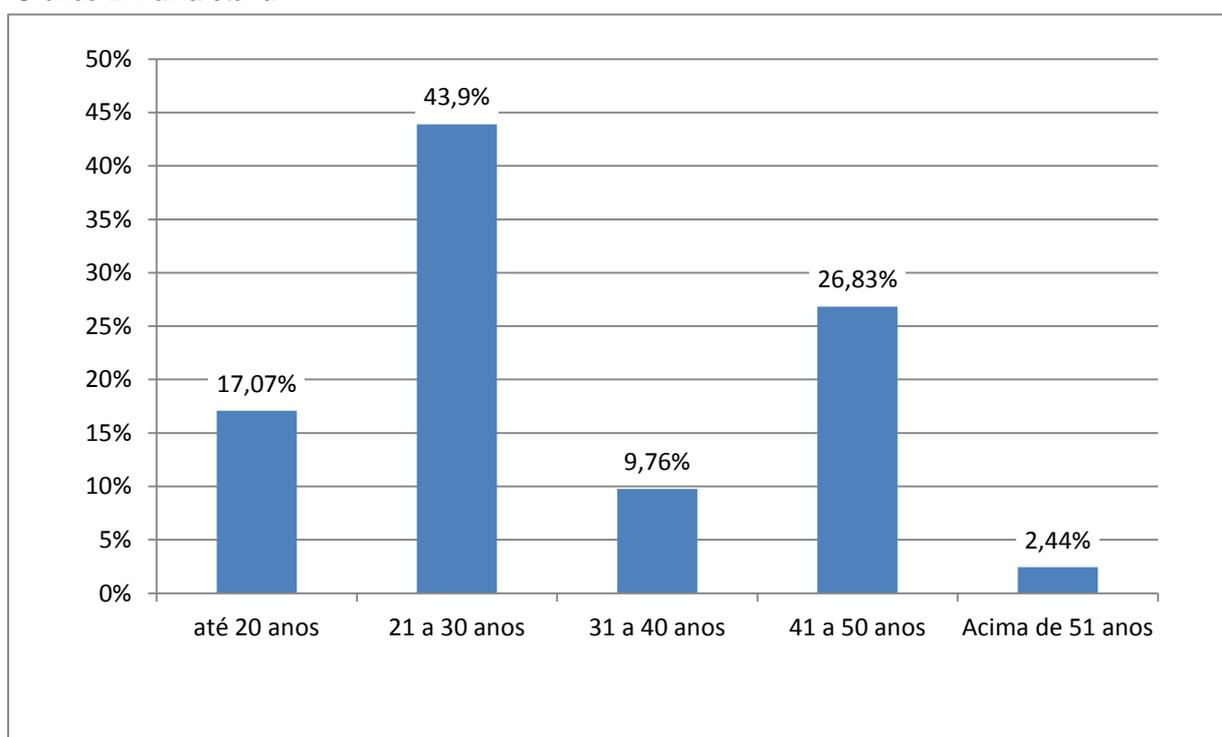
necessita de trabalhos braçais, por isso o numero significante de homens na empresa.

Tabela 2: Faixa etária

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Até 20 anos	7	17%
21 a 30 anos	18	44%
31 a 40 anos	4	10%
41 a 50 anos	11	27%
Acima de 51 anos	1	2%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 2: Faixa etária



Fonte: Pesquisadora

Referente à faixa etária dos pesquisados, apresentam-se os seguintes resultados: 17% têm a faixa etária até 20 anos; 44% possuem entre 21 a 30 anos; 10% possuem entre 31 a 40 anos; 27% possuem entre 41 anos a 50 anos; e 2% possuem acima de 51 anos.

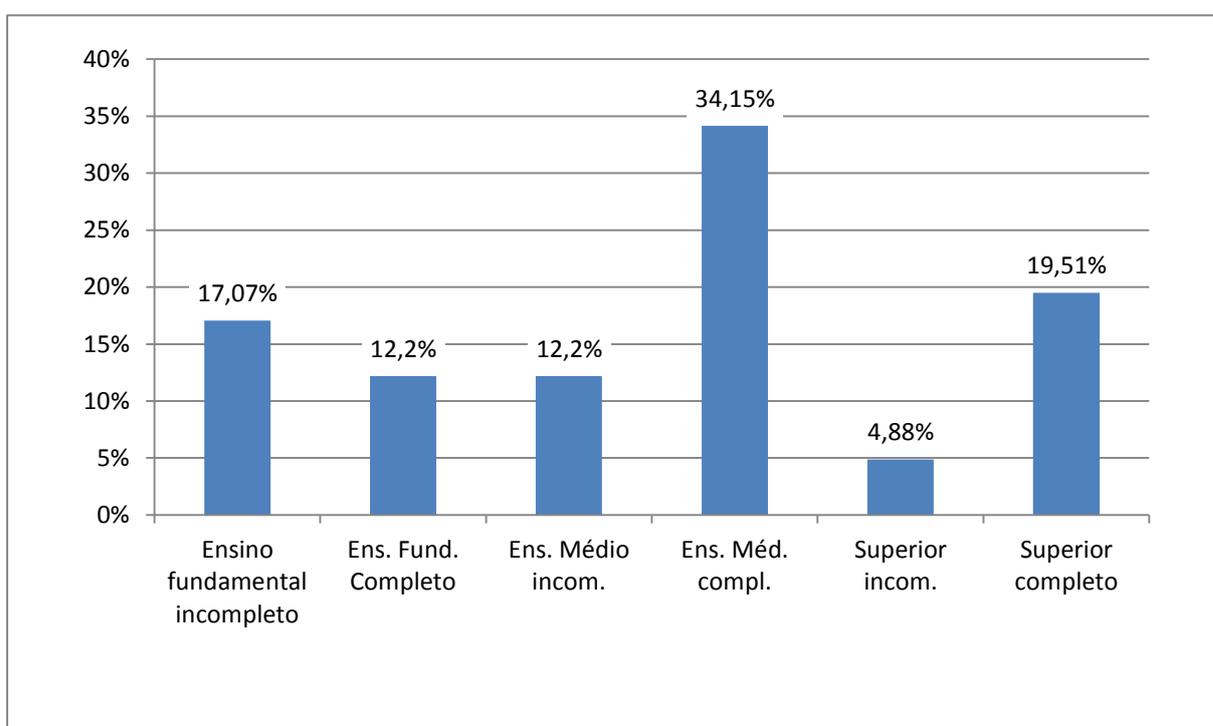
Foi possível constatar no gráfico acima que a empresa tem preferência por ter a maioria dos colaboradores com idade mais madura, com mais experiência e conhecimento. Que a porcentagem de até 20 anos é pequena referente ao restante.

Tabela 3: Nível de escolaridade

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Ensino Fund. Incompleto	7	17%
Ensino Fund. Completo	5	12%
Ensino Médio Incompleto	5	12%
Ensino Médio Completo	14	34%
Superior Incompleto	2	5%
Superior Completo	8	19%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 3: Nível de escolaridade



Fonte: Pesquisadora

Os dados mostram que 17% dos participantes da pesquisa têm o ensino fundamental incompleto, 12% têm o ensino fundamental completo, outros 12% têm o ensino médio incompleto, 34% completaram o ensino médio, 5% estão com o ensino superior incompleto, e 19% tem o ensino superior completo.

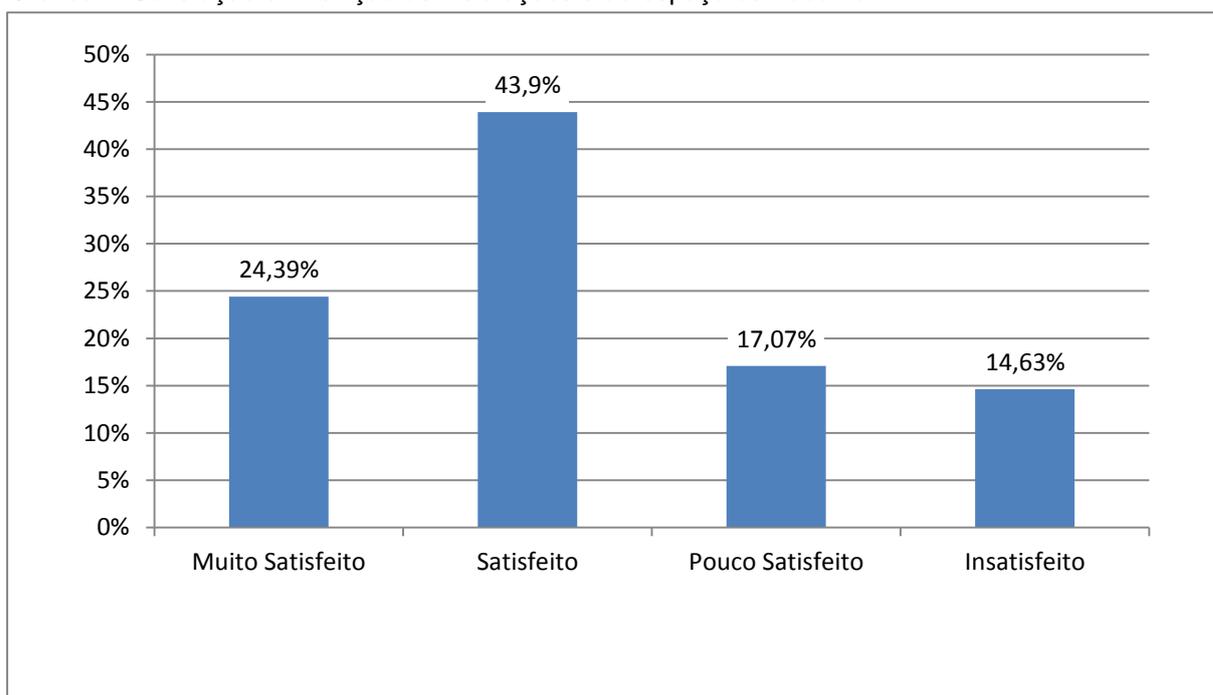
Pode-se concluir que 41 % dos colaboradores pesquisados não terminaram o ensino médio, desta forma, avaliando a importância que tem o estudo, com sugestão de melhoria a empresa, de que os líderes propõem incentivem os colaboradores a voltar a estudar, e mostrar a eles que não basta somente desenvolver um bom trabalho na empresa, o colaborador tem que trazer conhecimento para a empresa.

Tabela 4: Satisfação em relação às instalações e ao espaço de trabalho

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Muito Satisfeito	10	25%
Satisfeito	18	44%
Pouco Satisfeito	7	17%
Insatisfeito	6	14%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 4: Satisfação em relação às instalações e ao espaço de trabalho



Fonte: Pesquisadora

Analisando a porcentagem do item satisfeito, constata-se que boa parte dos funcionários está satisfeita com as instalações e o espaço de trabalho na empresa. Tendo em vista o percentual dos itens pouco satisfeito e insatisfeito, pode-se concluir que a insatisfação tem um número menor, mas ainda assim, torna-se necessário desenvolver melhorias no ambiente de trabalho.

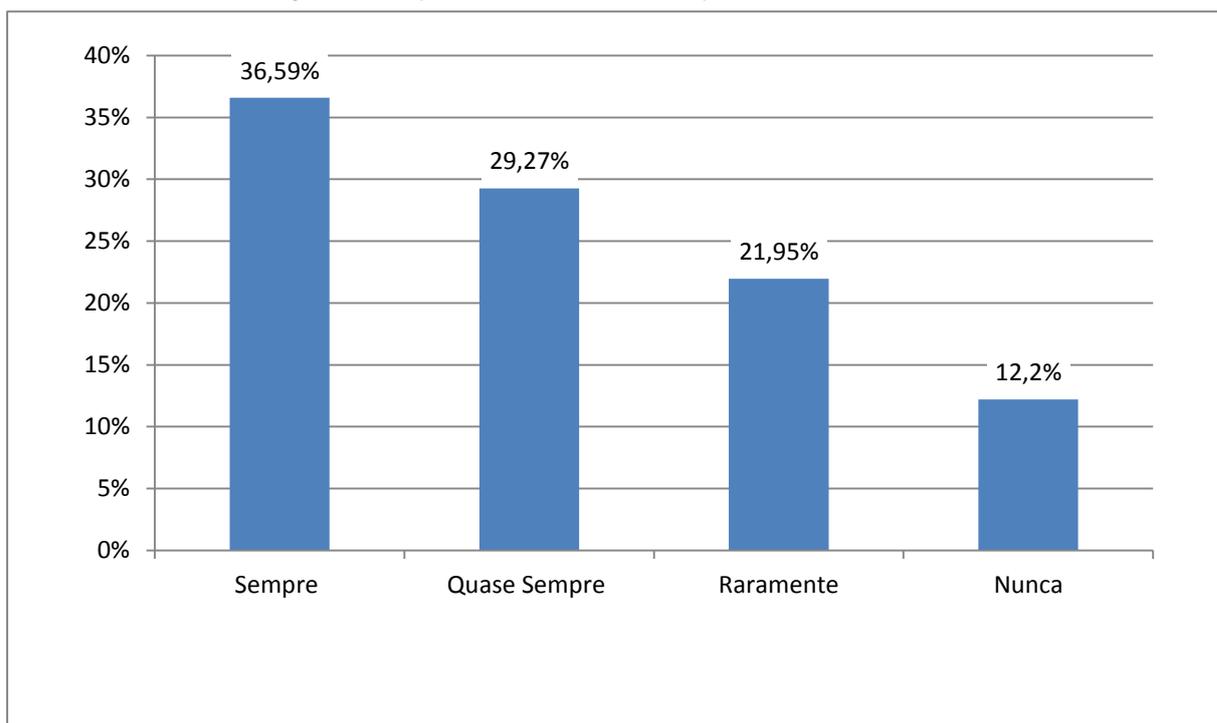
Sabendo-se da relevância de trabalhar em um ambiente agradável, leva-se em consideração a importância de todos os setores da empresa estar limpos e organizados, para que os colaboradores desenvolvam suas atividades com qualidade e prazer.

Tabela 5: Se as orientações do supervisor são claras e objetivas

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sempre	15	37%
Quase Sempre	12	29%
Raramente	9	22%
Nunca	5	12%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 5: Se as orientações do supervisor são claras e objetivas



Fonte: Pesquisadora

Conforme a Tabela 5, o percentual de “sempre” e “quase sempre” é maior que 50%. Contudo, o percentual dos itens “raramente” e “nunca”, apresenta mais de 30%.

As orientações claras e objetivas que o supervisor tem de passar para os funcionários são conseqüências de uma boa comunicação entre a equipe. Há várias maneiras de desenvolver essa comunicação, desde reuniões, murais, *feedback*, emails, entre outros.

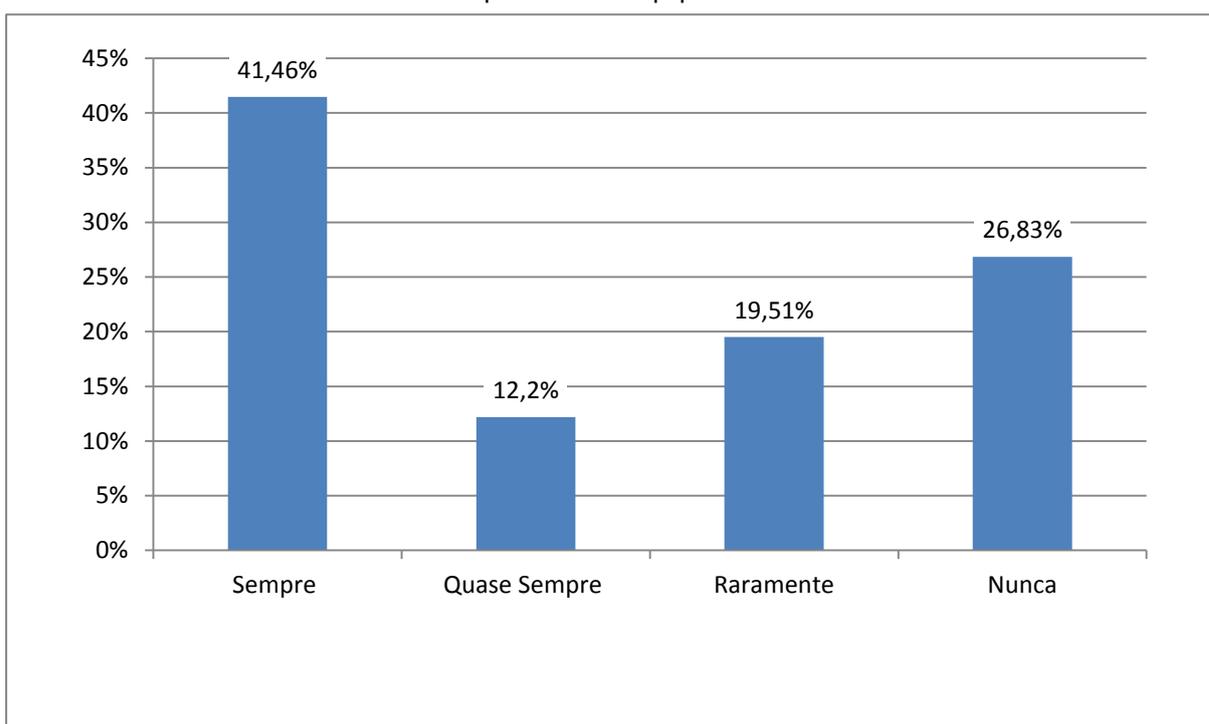
Sugere-se à empresa, aprimorar os treinamentos de liderança e comunicação interna para os supervisores, para que eles passem as informações para seus subordinados de maneira clara e objetiva.

Tabela 6: Se o relacionamento entre as pessoas da equipe é bom

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sempre	17	41%
Quase Sempre	5	12%
Raramente	8	20%
Nunca	11	27%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 6: Se o relacionamento entre as pessoas da equipe é bom



Fonte: Pesquisadora

De acordo com os funcionários pesquisados e questionados quanto ao relacionamento entre as pessoas da equipe, percebe-se que os itens sempre e quase sempre apresentam porcentagem maior que 50%. Embora o relacionamento entre as pessoas seja considerado sempre e quase sempre bom, é importante atentar para os itens raramente (19,51%) e nunca (26,83%), que representam colaboradores que não estão satisfeitos com o relacionamento entre a equipe.

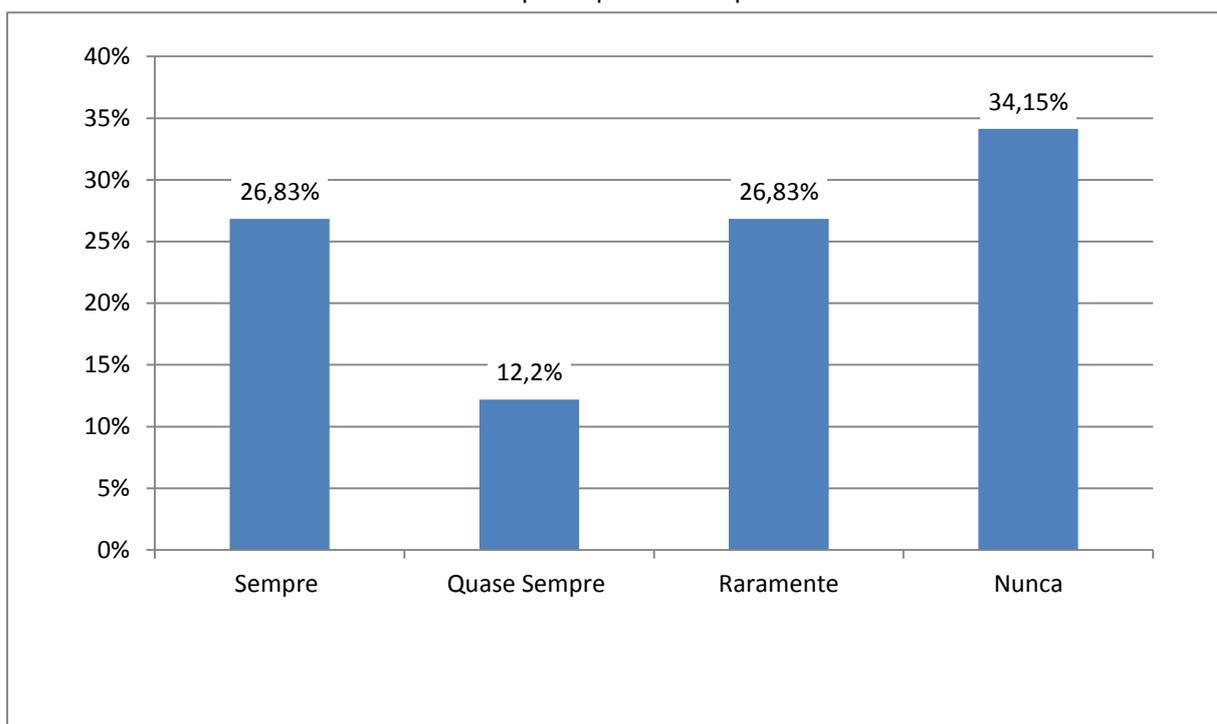
A partir disso, sugere-se fazer viagens de grupo, palestras motivacionais, gincanas, entre outros, para que a equipe fique mais entrosada. Vale ressaltar que, aos supervisores cabe ouvir os funcionários com atenção e acompanhar suas atividades, pois esses são aspectos fundamentais para que o ambiente onde a maioria dos funcionários passam 8 horas diárias de sua vida sejam agradáveis.

Tabela 7: Se existe reconhecimento da empresa pelo desempenho

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sempre	11	27%
Quase Sempre	5	12%
Raramente	11	27%
Nunca	14	34%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 7: Se existe reconhecimento da empresa pelo desempenho



Fonte: Pesquisadora

De acordo com a Tabela 7, percebe-se que “nunca” e “raramente” obtiveram mais de 50% das respostas, e “sempre” e “quase sempre”, 39%. Com isso, conclui-se que os funcionários dessa empresa não estão completamente motivados, por não haver reconhecimento da empresa pelo trabalho desenvolvido.

Reforçando Wagner (2003), “As pessoas serão motivadas ao desempenho de alto nível desde que percebam que a recepção de resultados de valência alta depende de sólido desempenho pessoal.” (WAGNER; HOLLENBECK, 2003, p. 99).

Como proposta de melhoria, a empresa pode orientar os supervisores para que acompanhem de perto o trabalho dos demais funcionários, e conversem

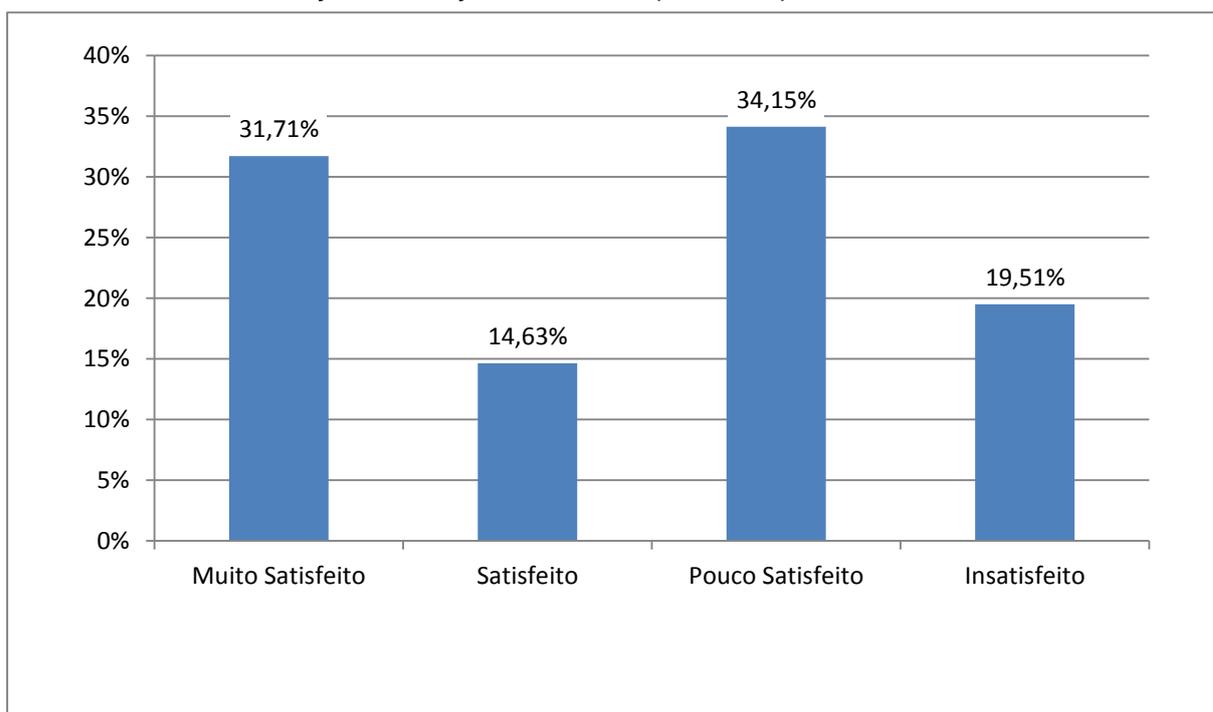
diretamente com eles sobre as metas a serem alcançadas, e principalmente, elogiem o trabalho bem desenvolvido.

Tabela 8: Grau de motivação em relação ao trabalho que desempenha

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Muito Satisfeito	13	32%
Satisfeito	6	15%
Pouco Satisfeito	14	34%
Insatisfeito	8	20%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 8: Grau de motivação em relação ao trabalho que desempenha



Fonte: Pesquisadora

Observando a Tabela 8, conclui-se que o grau de motivação em relação à atividade desempenhada é baixo, pois os funcionários pesquisados responderam da seguinte forma: pouco satisfeito (34,15%); insatisfeito (19,51%); muito satisfeito (31,71%); satisfeito (14,63%). Esses percentuais são bastante negativos e mostram que a grande maioria não está motivada.

Reforçando o que Boggmann (2000, p 56) diz, “ torna-se necessário motivar os colaboradores para executarem melhor suas tarefas, por meio de marketing interno, através de delegação de poderes, do treinamento e do trabalho em equipe”.

Com base nos autores citados na fundamentação teórica, sabe-se que é fundamental tratar bem os funcionários, mantê-los estimulados, reconhecer e

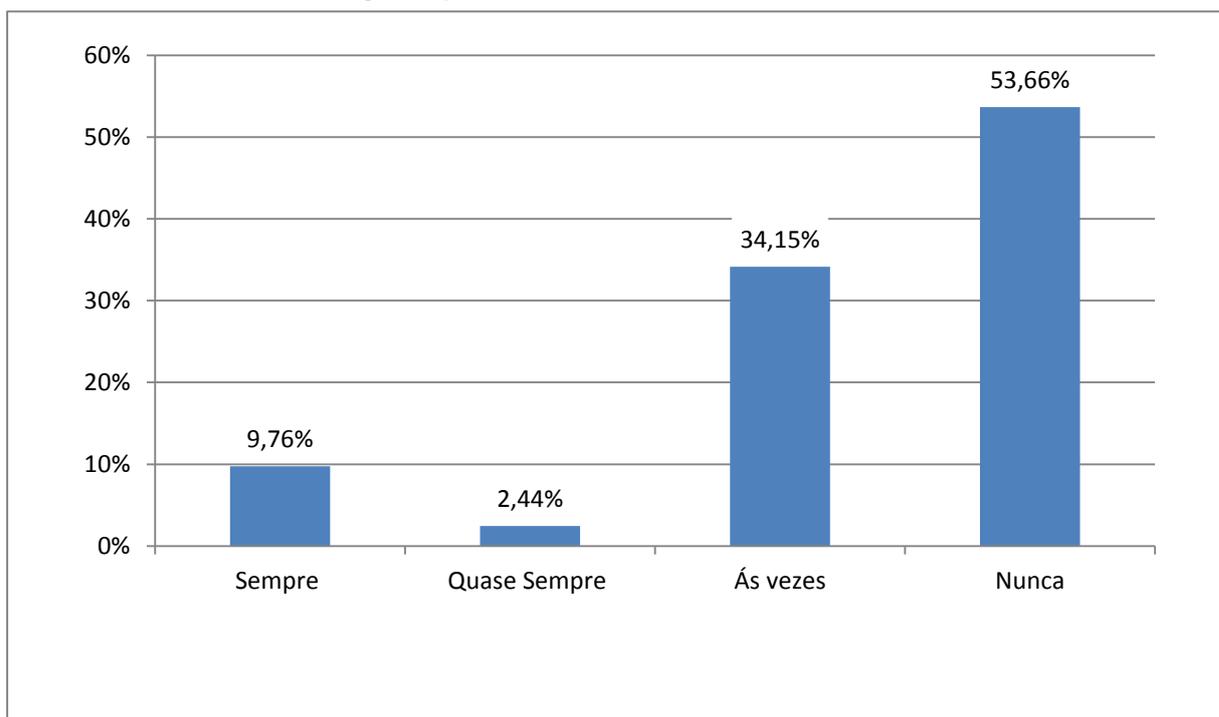
valorizar quando realizam um bom trabalho e apresentar oportunidades de crescimento. O supervisor precisa lembrar constantemente desses aspectos que para manter os funcionários diariamente motivados.

Tabela 9: Se costuma ser elogiado quando realiza um bom trabalho

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sempre	4	10%
Quase Sempre	1	2%
Às vezes	14	34%
Nunca	22	54%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 9: Se costuma ser elogiado quando realiza um bom trabalho



Fonte: Pesquisadora

Percebe-se, conforme a Tabela 9, que houve uma porcentagem negativa relevante no que se refere ao funcionário ser elogiado quando realiza um bom trabalho, “nunca” e “às vezes” tiveram 88% de votos, já “sempre” teve 9,76% e “quase sempre” 2,44%.

Conforme Gerson (2001) as pessoas são leal a uma empresa devido o bom tratamento que recebem, o líder tende a passar aos seus colaboradores como que ele quer que seja feito, conhecendo as suas necessidades para obter o sucesso.

Ser elogiado quando realiza um bom trabalho é primordial e é um fator motivacional, por isso, propõem-se aos supervisores, elogiarem os funcionários individualmente quando o mesmo realizou um bom trabalho, e deixar claro para o

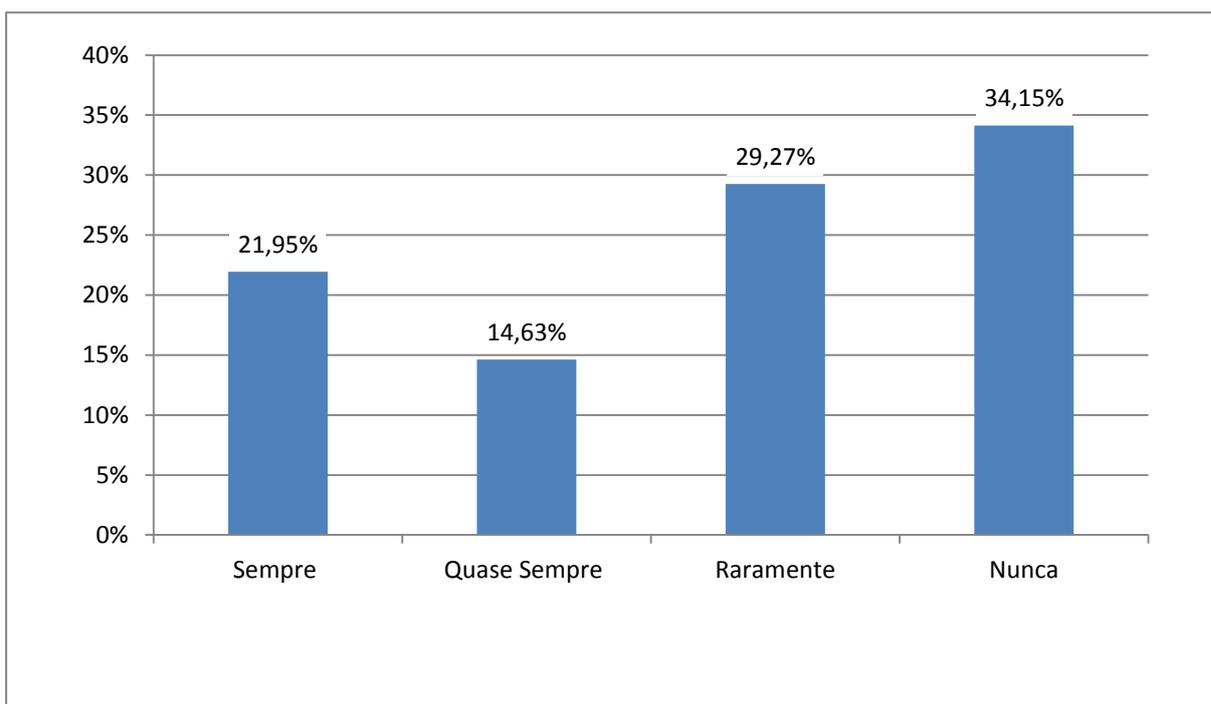
funcionário que quando se realiza um bom trabalho sempre tem grande chance de crescimento.

Tabela 10: Se o supervisor dá feedback sobre o desempenho do funcionário

Respostas	Quantidade	Porcentagem (%)
Sempre	9	22%
Quase Sempre	6	15%
Raramente	12	29%
Nunca	14	34%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 10: Se o supervisor dá feedback sobre o desempenho do funcionário



Fonte: Pesquisadora

A Tabela 10 mostra que o percentual de “nunca” e “raramente” é maior que 60%. Esse percentual é bastante negativo e revela que nem sempre os funcionários recebem *feedback* do trabalho desenvolvido, sendo ele bom ou ruim. Os itens sempre (21,95%) e quase sempre (14,63%) representam os colaboradores que recebem *feedback* de seus supervisores.

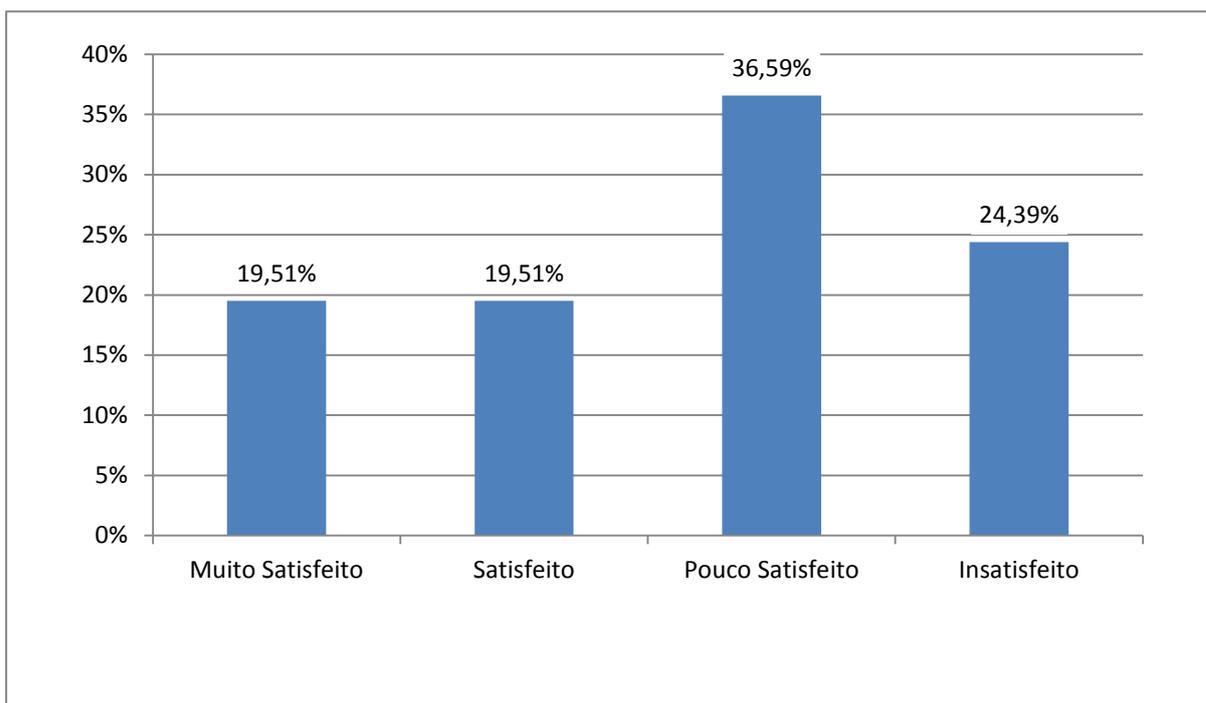
A partir da pesquisa como sugestão de melhoria, a empresa tem que capacitar os chefes a dar mais feedback aos seus colaboradores porque feedback deve ser dado sempre com rapidez e segurança no que está falando.

Tabela 11: Satisfação em relação ao salário recebido

Respostas	Quantidade	Porcentagem (%)
Muito Satisfeito	8	20%
Satisfeito	8	20%
Pouco Satisfeito	15	37%
Insatisfeito	10	23%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 11: Satisfação em relação ao salário recebido



Fonte: Pesquisadora

De acordo com as respostas dos funcionários pesquisados e questionados quanto ao salário, percebe-se que mais de 60% deles não estão satisfeitos com seu salário. Os demais, responderam que estão satisfeitos (19,51%) e muito satisfeitos (19,51%).

Segundo Kotler (1998, p. 53) “satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto em relação às expectativas das pessoas”.

Salário, nesse contexto, é um fator importante para a motivação dos funcionários. É preciso reconhecer se o salário do funcionário está de acordo com sua função ou não. Como sugestão de melhoria, propõe-se mudar a política de

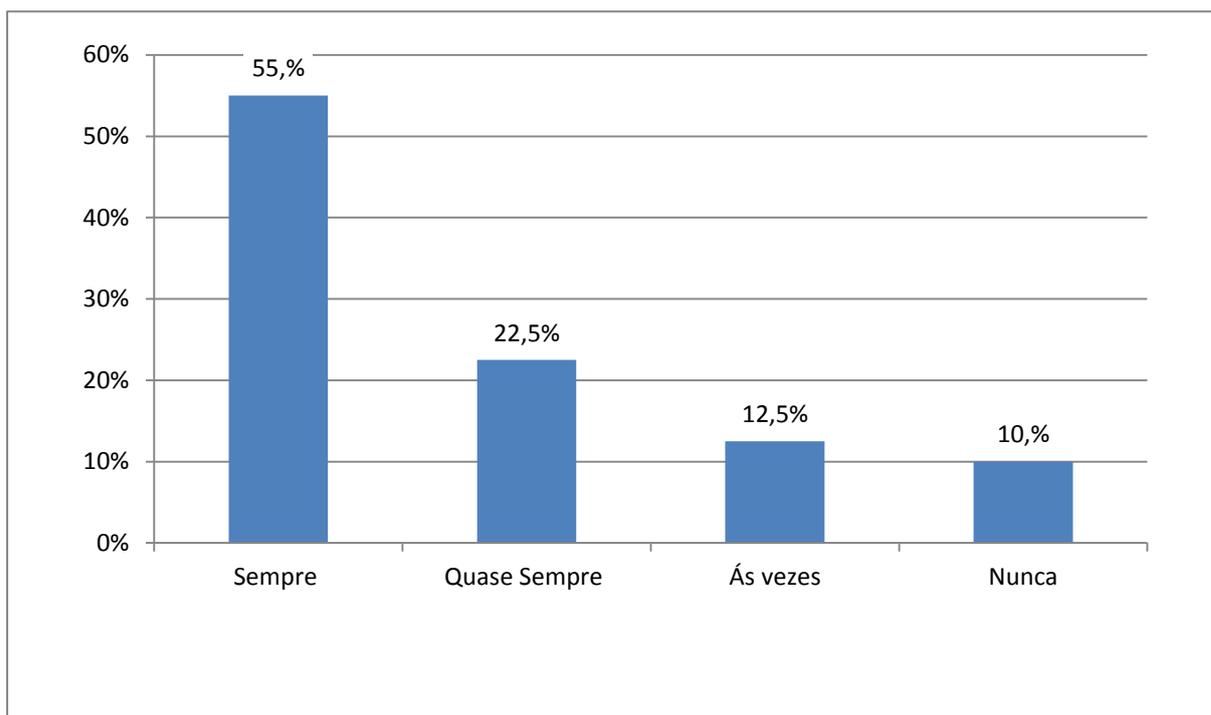
salários da empresa, e criar um plano de cargos e salários, realizando uma pesquisa em outras empresas no ramo de plástico.

Tabela 12: Se tem todas as ferramentas necessárias para desenvolver o trabalho

Respostas	Quantidade	Porcentagem (%)
Sempre	22	55%
Quase Sempre	9	23%
Às vezes	5	13%
Nunca	5	10%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 12: Se tem todas as ferramentas necessárias para desenvolver o trabalho



Fonte: Pesquisadora

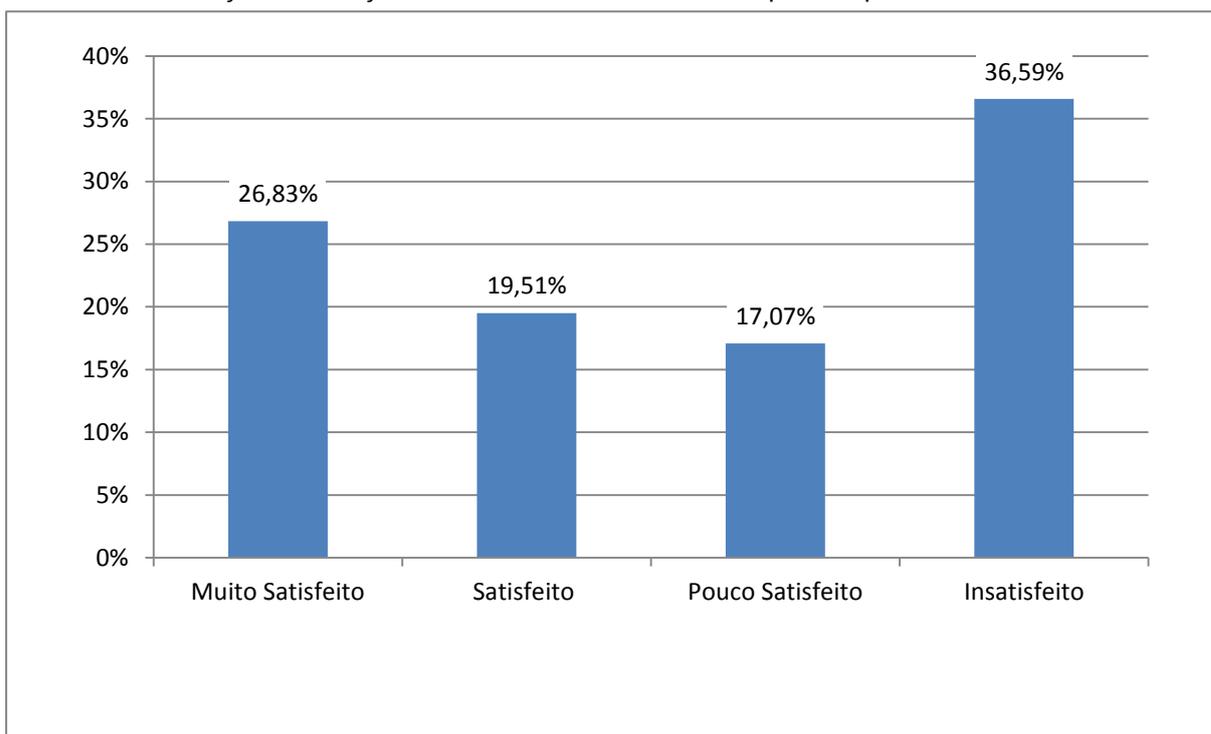
De acordo com a Tabela 12, conclui-se que sempre (55%) e quase sempre (22,5%) os colaboradores têm as ferramentas e os equipamentos necessários para o desenvolvimento de seu trabalho. As opções “às vezes” e “nunca” tiveram um resultado baixo. Esses percentuais são bastante positivos e mostram que o funcionário consegue desenvolver suas atividades com as ferramentas necessárias.

Tabela 13: Satisfação em relação ao único benefício concedido pela empresa

<b>Respostas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Muito Satisfeito	11	27%
Satisfeito	12	29%
Pouco Satisfeito	13	32%
Insatisfeito	5	12%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisadora

Gráfico 13: Satisfação em relação ao único benefício concedido pela empresa



Fonte: Pesquisadora

Percebe-se, conforme mostra a Tabela 13, que houve um equilíbrio entre as respostas do item muito satisfeito (26,83%) e satisfeito (19,51%) e dos itens pouco satisfeito e insatisfeito foram entre (17,07%) e (36,59%) conclui-se que a metade não está satisfeita em relação ao único benefício concedido pela empresa que é a cesta básica.

A partir da pesquisa como sugestão de melhoria a empresa tem que fazer um plano de ação, sugiro a empresa a dar plano de saúde, vale transporte aqueles que necessitam, vale alimentação, ajudar com bolsas de estudos, e também fazer uma área de lazer para a hora do intervalo.

## 6 CONCLUSÃO

Ao final deste estudo, pôde-se concluir que a motivação dos colaboradores é muito importante para uma organização. Colaboradores satisfeitos tendem a realizar seu trabalho com mais qualidade e melhor desempenho, alcançando o resultado esperado pelos chefes e supervisores.

Verificar o grau da motivação dos colaboradores da Indústria de Embalagens Guará Ltda., e conhecer os funcionários foi de suma importância para a pesquisa. Ao analisar os resultados, observou-se que muitas vezes não é somente a questão financeira que motiva as pessoas dentro de uma empresa, existem vários outros fatores que contribuem para que os colaboradores fiquem motivados.

O presente estudo foi relevante, pois proporcionou à acadêmica poder colocar em prática o que aprendeu durante o tempo de estudo e durante sua breve experiência profissional, além de oportunizar o desenvolvimento de estudos semelhantes em outras organizações.

Contudo, a partir desta pesquisa, entendeu-se que a motivação é importante para alcançar os resultados que a empresa estabelece, desenvolvendo produtos com mais qualidade, e havendo harmonia entre os colaboradores.

Melhorar a comunicação entre o chefe e seus subordinados pode ajudar a indústria a ter funcionários motivados e comprometidos, porém, vale ressaltar que, isso é um compromisso entre colaborador e empresa, o colaborador também tem que fazer sua parte empresa, por sua vez, deve fazer com que ele se sinta uma peça importante e útil. É essencial que a empresa queira manter seus colaboradores motivados e é mais essencial ainda, que o colaborador perceba isso.

Na organização, a motivação é clara e do conhecimento de todos; portanto, ao surgirem problemas, as causas são prontamente reconhecidas. Podemos dizer que na organização com este tipo de cultura, o clima que surge desta sinergia de pessoas felizes torna a organização diferente das demais. Concluindo, as empresas que valorizam a motivação dos colaboradores, de fato são empresas que estão muito bem no mercado de trabalho se destacando das demais.

Verificar e analisar o grau de motivação dos colaboradores em relação ao trabalho na indústria de embalagens guará e conhecer de fato sua importância foram alguns objetivos propostos inicialmente pelo estudo, aos quais foram atingidos. Ao

analisar os resultados, observou-se que tem vários fatores que interferem na motivação dos colaboradores, tendo assim uma análise dos pontos negativos e positivos a melhorarem. O estudo em modo geral conseguiu atingir seu objetivo principal que era analisar e sugerir melhorias e conhecer os benefícios concedidos pela empresa.

O presente estudo foi de suma importância para o acadêmico, pois a mesma colocou em prática a teoria dos conteúdos vistos em sala de aula, durante o curso de Secretariado Executivo Bilíngüe, a acadêmica mostrou claramente a motivação dos colaboradores na indústria de embalagens Guará Ltda., e que essa pesquisa também servirá de fonte para estudos acadêmicos futuros.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 26, 113, 120, 139, 141 p.

ARAÚJO, Solon Cordeiro de. **Pirâmide das necessidades de Maslow**. 2008. 1 Esquema. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/piramide-de-maslow-ainda-e-atual-ou-esta-ultrapassada/22644/>>. Acesso em: maio de 2015.

BERGAMINI, Cecilia Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 26, 83, 89 p.

BOGMANN, Itzhak Meir. **Marketing de Relacionamento**: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras. São Paulo: Nobel, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas: como transformar os gerentes em gestores de pessoas**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. 43 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 84, 85, 87 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: capital humano das organizações**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2004. 67, 69, 70 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas**: uma abordagem contingencial. 3.ed. São Paulo : Makron Books, 1994. 68 p.

COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Baptista; SAMPIERI, Roberto Hernandez. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006. 15 p.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 106, 120, 194 p.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

GERSON, Richard F. A **excelência no atendimento a clientes**: mantendo seus clientes por toda a vida: programas eficazes para manter seus clientes.5. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 18, 44, 141 p.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 2001. 202, 203, 205, 206 p.

GUEDES, Dartagnan Pinto, JOANA E. P.Guedes, **Crescimento, composição corporal e desempenho motor de crianças e adolescentes**. São Paulo, CLR Balieiro, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995. 163 p.

MARINHO, Enildo. **Curso de metodologia científica**. Curitiba: HD Livros, 1997.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.

MATOS, Ivete. **Fatores motivacionais de Herzberg**. 2011. 2 Esquema. Disponível em: < <http://conteudodeadm.blogspot.com.br/2011/09/como-surgiu-teoria-dos-dois-fatores-de.html>>. Acesso em: maio 2015.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Teoria geral da administração: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2008. 168 p.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: McGraw, 2006, 583 p .

SPITZER, Dean R. **Supermotivação: uma estratégia para dinamizar todos os níveis da organização**. São Paulo: Futura, 1997. 43, 106 p.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: EPU, 2001.

WAGNER, John A.; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva.** São Paulo: Saraiva, 2003. 88, 99 p.

## APÊNDICE

## APÊNDICE A – PESQUISA SOBRE MOTIVAÇÃO NO TRABALHO

O objetivo desta pesquisa é avaliar como você, colaborador da Indústria de Embalagens Guará Ltda, se sente em relação ao ambiente, ao trabalho em si, e a outras questões relevantes para a motivação dos colaboradores.

A sua opinião é muito importante para a empresa, pois queremos desenvolver um ambiente de trabalho estimulante, aberto e motivador.

Por isso, solicitamos que você responda ao questionário de forma sincera e justa, pois desta forma poderemos identificar os pontos onde podemos melhorar.

### I – Instruções de Preenchimento:

1. Não escreva seu nome no formulário.
2. Faça um X na resposta que você escolher, escolha somente uma alternativa para cada pergunta.

### II – Questionário

1. Sexo

( ) Feminino

( ) Masculino

2. Faixa Etária

( ) Até 20 anos

( ) 21 a 30 anos

( ) 31 a 40 anos

( ) 41 a 50 anos

( ) Acima de 51 anos

3. Qual seu nível de escolaridade?

( ) Ensino fundamental incompleto

( ) Ensino fundamental completo

( ) Ensino médio incompleto

( ) Ensino médio completo

( ) Superior incompleto

( ) Superior completo

4. Com relação às instalações e o espaço onde você realiza o seu trabalho, você se sente?

- ) Muito Satisfeito
- ) Satisfeito
- ) Pouco Satisfeito
- ) Insatisfeito

5. As orientações que você recebe do seu supervisor para realizar suas atividades são claras e objetivas?

- ) Sempre
- ) Quase sempre
- ) Raramente
- ) Nunca

6. O relacionamento entre as pessoas da sua equipe é bom?

- ) Sempre
- ) Quase sempre
- ) Raramente
- ) Nunca

7. Existe reconhecimento da empresa pelo seu desempenho?

- ) Sempre
- ) Quase sempre
- ) Raramente
- ) Nunca

8. Atualmente o grau de sua motivação, para o trabalho que você desempenha, pode ser avaliado como:

- ) Muito Satisfeito
- ) Satisfeito
- ) Pouco Satisfeito
- ) Insatisfeito

9. Você costuma ser elogiado quando realiza um bom trabalho?

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

10. O Supervisor de sua área acompanha o trabalho e lhe dá *feedback* (retorno) sobre o seu desempenho.

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

11. Pelo seu trabalho desenvolvido na empresa, você está satisfeito com seu salário?

- Muito Satisfeito
- Satisfeito
- Pouco Satisfeito
- Insatisfeito

12. Você pode dizer que tem todas as ferramentas/equipamentos necessários para o desenvolvimento do seu trabalho?

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Nunca

13. O fato de a empresa oferecer somente a cesta básica como benefício, você se sente?

- Muito Satisfeito
- Satisfeito
- Pouco Satisfeito
- Insatisfeito

