

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**Etec PHILADELPHO GOUVÊA NETTO**  
**Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico em Administração**

**Andrey Klilton Vieira de Siqueira**

**Guilherme de Campos Ferreira**

**Heitor Maxwell Oliveira**

**Laura Silva Lisboa**

**Maria Eduarda Araujo Pessina**

**OS FATORES MOTIVACIONAIS EM EMPRESAS ALIMENTÍCIAS**

**São José do Rio Preto**

**2022**

**Andrey Klilton Vieira de Siqueira**

**Guilherme de Campos Ferreira**

**Heitor Maxwell Oliveira**

**Laura Silva Lisboa**

**Maria Eduarda Araujo Pessina**

## **OS FATORES MOTIVACIONAIS EM EMPRESAS ALIMENTÍCIAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Ensino Médio com habilitação Profissional de Técnico em Administração da Etec Philadelpho Gouvêa Netto orientado pela Prof. Ma. Kethi Cristina Do Rosario Squecola Alexandre, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**SÃO JOSÉ DO RIO PRETO**

**2022**

## RESUMO

Sendo uma das chaves para a produtividade de uma equipe, a motivação de seus membros mostrou ser um agente fundamental para manter o ambiente de trabalho proveitoso para o crescimento da empresa. O presente trabalho busca demonstrar os motivos que geram a motivação de um indivíduo no seu local de trabalho. Partindo desse princípio, através de estudos com levantamento bibliográfico de artigos e trabalhos, também uma pesquisa de campo quali-quantitativa em empresas alimentícias de São José do Rio Preto, com o intuito de investigar dados sobre a interação dos colaboradores em relação ao trabalho. Após a pesquisa, se observa a relação dos resultados com os fatores motivacionais que estão presentes no ambiente em que trabalham, demonstrando que para engajar um colaborador é preciso ir além de salários e benefícios, mas fazer com que seus membros se sintam pertencentes à equipe e que seus propósitos se relacionem com as ambições da organização, fazendo assim a fidelização do colaborador na empresa.

Palavras-chave: Motivação. Ambiente de Trabalho. Teorias Motivacionais. Setor Alimentício. Gestão de Pessoas.

## **ABSTRACT**

Being one of the keys to the productivity of a team, the motivation of its members has proved to be a fundamental agent to keep the work environment profitable for the company's growth. The present work seeks to demonstrate the reasons that generate the motivation of an individual in their workplace. Based on this principle, through studies with a bibliographic survey of articles and works, also a qualitative-quantitative field research in food companies in São José do Rio Preto, in order to investigate data on the interaction of employees in relation to work. After the research, the relations of the results with the motivational factors that are present in the environment in which they work is observed, showing the importance of captivating the employee with the purpose of the company, demonstrating that to engage an employee it is necessary to go beyond salaries and benefits, but to make its members feel that they belong to the team and that its purposes are related to the organization's ambitions, thus making the employee's loyalty in the company.

Key words: Motivation. Work Environment. Motivational Theories. Food sector. People Management.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Problema de Pesquisa.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Justificativa.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Objetivos.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>6</b>
<b>2 METODOLOGIA.....</b>	<b>7</b>
<b>3 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>7</b>
<b>3.1 Motivação.....</b>	<b>7</b>
<b>3.2 Teorias motivacionais.....</b>	<b>8</b>
<b>3.2.1 Teoria da Hierarquia de Necessidades – Abraham Maslow.....</b>	<b>8</b>
<b>3.2.2 Teoria ERC – Clayton Alderfer.....</b>	<b>9</b>
<b>3.2.3 Teoria dos Dois Fatores – Frederick Herzberg.....</b>	<b>10</b>
<b>3.2.4 Teoria da Expectativa – Victor Vroom.....</b>	<b>11</b>
<b>3.3 A importância da motivação no ambiente de trabalho.....</b>	<b>12</b>
<b>3.4 A importância do RH.....</b>	<b>13</b>
<b>3.5 Remuneração.....</b>	<b>14</b>
<b>3.6 Benefícios.....</b>	<b>15</b>
<b>3.7 Análise dos resultados.....</b>	<b>16</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>21</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A motivação é um fator fundamental que move as pessoas para o cumprimento de suas metas pessoais ou organizacionais. É interpretada pelo desejo e vontade de concluir algo que trará conforto a si mesmo ou a empresa onde se trabalha.

“[...] os Fatores Motivacionais não estão relacionados às condições mínimas para se desenvolverem as atividades, mas sim com o íntimo do indivíduo, com a sua autorrealização, com o que a empresa pode oferecer para que as pessoas atinjam satisfação pessoal e profissional.” (WYSE, 2018)

Manter um funcionário motivado é a chave que move o funcionamento da empresa, pois facilita sua proatividade no setor onde se encontra, além de alimentar suas metas individuais. É imprescindível que a empresa reforce as condições nas quais os colaboradores se sintam motivados.

Um ambiente de trabalho tranquilo, onde suas opiniões são ouvidas e respeitadas, é essencial nas empresas. Destarte, o estudo sobre a motivação organizacional deve ser levantado e debatido, como por meio da pesquisa de campo para averiguar a situação dos respectivos colaboradores.

### 1.1 Problema de Pesquisa

Os fatores que provocam motivação mostram-se de grande importância para o sucesso de uma empresa. Uma vez que, se entende o que motiva um indivíduo, a organização poderá cumprir seu propósito com êxito. Logo, é do interesse investigar e compreender de que maneira os colaboradores de organizações do ramo alimentício se sentem motivados no ambiente de trabalho.

Nesse contexto, observou-se duas empresas localizadas em São José do Rio Preto, São Paulo. Para preservar a identidade das empresas, serão identificadas como empresa “A” e empresa “B” neste estudo. Buscou-se reunir dados com o propósito de responder a seguinte questão: Quais os fatores que mais motivam os colaboradores de empresas alimentícias?

## **1.2 Justificativa**

No ambiente de trabalho nota-se que fatores motivacionais são em parte responsáveis por melhorar o rendimento e desempenho dos trabalhadores. De acordo com Abraham Maslow, quando a satisfação é atendida, fatores como o aumento de confiança e autoestima se mostram com um forte impacto produtivo. Com base nesse conceito pode-se avaliar empresas como o Google, que apresenta um forte investimento em técnicas de motivação e uma forte rotatividade em seu trabalho, gerando assim excelentes resultados em sua produtividade (PERIARD, 2018).

Segundo Adalberto Chiavenato (2003) pode-se dizer que o sistema de hierarquia se mostra fundamental para o devido avanço das técnicas de produtividade (apud MAROTO et al. 2016, p3). Com um forte crescimento de mercado é crucial que empresas voltem seus olhares cada vez mais às técnicas motivacionais e na implementação de melhores líderes que saibam lidar com elas.

Outrossim vale a ressalva de que a motivação se trata de um impulso vindo do interior de cada um sendo algo que se deva ser estudado para determinados casos onde seu funcionamento depende das mais variadas circunstâncias, como o próprio ambiente e seus fatores higiênicos ou nas condições de crescimento profissional de cada indivíduo gerando assim diversas possibilidades de estudo para a formação de melhores técnicas de motivação para empresa (BERGAMINI, 1997).

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

Identificar os fatores que mais motivam os colaboradores de empresas alimentícias.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar uma pesquisa de campo com os colaboradores de empresas do ramo alimentício da região de São José do Rio Preto;
- Entender quais fatores motivam os colaboradores;
- Analisar se aspectos como: função e tempo na empresa influenciam nas respostas.

## 2 METODOLOGIA

Neste trabalho utilizou-se o método de pesquisa exploratória e dedutiva, sendo realizada uma pesquisa de campo quali-quantitativa com colaboradores de empresas alimentícias, a fim de identificar os fatores motivacionais de maior efetividade nas indústrias.

Visando a apuração de dados realizou-se um levantamento através de um formulário com 9 perguntas fechadas e 2 perguntas abertas na plataforma “*Microsoft Forms*” a partir do dia 28 de março de 2022 até 13 de maio de 2022, com dois restaurantes de São José do Rio Preto, São Paulo. Perguntas que levantam informações sobre o ambiente de trabalho desses colaboradores e os aspectos que os motivam.

## 3 DESENVOLVIMENTO

### 3.1 Motivação

A motivação é definida por Sawrey e Telfold (1976, p. 18) como "uma condição interna relativamente duradoura que leva o indivíduo, ou que o predispõe, a persistir num comportamento orientado para um objetivo, possibilitando a transformação ou a permanência de situação". (apud RODRIGUES; REIS NETO; GONÇALVES FILHO, 2014).

Em síntese, o fator no qual é baseado os desejos e necessidades humanas, chamado de motivação, é o que move um indivíduo para completar tarefas.

Ao longo do tempo, a cultura organizacional passou por grandes mudanças, de forma que, antes voltava-se para o conservadorismo, para os valores da época e pouco se falava sobre a motivação. As pessoas eram vistas apenas como recursos de produção e a atenção estava direcionada a eficiência. No contexto pós-industrial, o capital humano tornou-se um dos recursos mais importantes das empresas.

Para Chiavenato (2010), o século XX pode se dividir em três eras organizacionais específicas: a Era Industrial Clássica, a Era Industrial Neoclássica e a Era da Informação.

- Era Industrial Clássica:

Se dá após a Revolução Industrial e caracteriza-se pelo aumento da industrialização, pela hierarquia centralizada, pela especialização da mão de obra e pela padronização. Tinha como base a Teoria Clássica da Administração e o Modelo Burocrático.

- Era Industrial Neoclássica:

Teve início depois da Segunda Guerra Mundial. Apresenta estrutura matricial, isto é, a presença de departamentos. Outros aspectos são a extensão territorial das transações comerciais e a intensificação da competitividade entre as organizações. Baseava-se na Teoria Neoclássica da Administração, Teoria Estruturalista e Teoria Comportamental.

- Era da Informação:

Iniciou-se na década de 1990 e se estendeu até os dias atuais. Manifesta a globalização econômica, ou seja, a integração das economias locais, regionais e nacionais. A informação, que nessa era se fez mais acessível, passou a ser utilizada para a identificação de novas oportunidades. Os cargos fizeram-se mais flexíveis, assim os trabalhadores realizavam tarefas variadas. Não só isso, mas o setor terciário tornou-se a base desse período.

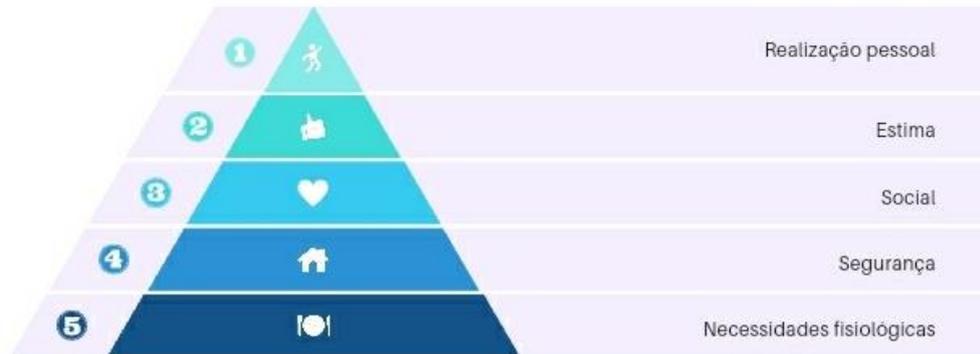
Entende-se, portanto, que a motivação recebeu mais valor no decorrer das décadas. O modelo hierárquico em que a pessoa que estava no topo era a de maior autoridade e somente ela tomava decisões foi se flexibilizando aos poucos. Foram criadas diferentes teorias que expunham ideias, as quais, reuniam experiências práticas das organizações, tornando possível a otimização no setor empresarial.

## **3.2 Teorias motivacionais**

### **3.2.1 Teoria da Hierarquia de Necessidades – Abraham Maslow**

A Teoria da Hierarquia de Necessidades, de Abraham Maslow, propõe que cada ser humano busca satisfazer 5 necessidades, sendo elas: fisiológica, segurança, sociais, estima e auto realização (PERIARD, 2018). A figura a abaixo ilustra a pirâmide em que se encontram as necessidades e sua ordem hierárquica:

Figura 1 – Pirâmide de Maslow



Fonte: Do próprio autor

Na base da pirâmide temos as necessidades básicas, que são as necessidades fisiológicas e de segurança. As necessidades fisiológicas são as que saciam as demandas biológicas do corpo, como a fome, respiração, sono etc. E as necessidades de segurança são as que fazem com que o indivíduo se sinta protegido, essa segurança vem da moradia, plano de saúde, um emprego estável, entre outros. (CAVALCANTI, 2020).

Na região do topo da pirâmide temos as necessidades secundárias, que são a social, estima e realização pessoal. As necessidades sociais são as que fazem o indivíduo se sentir pertencente a um grupo social, como família e amigos. Já as necessidades de estima, são ter suas capacidades reconhecidas por si mesmo e pelos outros, ter orgulho do que se faz e do que se tornou. Por fim, a realização pessoal é o aproveitamento do próprio potencial, se sentir realizado, realizar as decisões da própria vida e adquirir bens materiais e imateriais (CAVALCANTI,2020).

### 3.2.2 Teoria ERC – Clayton Alderfer

Baseada na Hierarquia de Necessidades de Maslow, Clayton Paul Alderfer unificou as cinco partes da pirâmide de Maslow em três. Nessa pirâmide encontra-se as categorias de necessidade: Existência, Relação e Crescimento. (ALDERFER, SCHNEIDER, 1973)

Em sua base, a existência se caracteriza pelos requisitos materiais, que são de fácil acesso, como água, comida, segurança e saúde. São as necessidades fisiológicas de Maslow.

A segunda base da pirâmide baseia-se nas necessidades sociais que Maslow propõem, que Alderfer nomeia de Relação. Refere-se às necessidades de manter relações, seja entre família ou colegas de equipe. Essas, são menos palpáveis em relação a primeira, visto que dependem da ligação entre duas ou mais pessoas.

E no topo, o Crescimento, que corresponde também ao topo da pirâmide de Maslow. É caracterizada pelo sentimento de realização, pela vontade de ser produtivo ou criativo. Essas necessidades são as menos concretas, pois se baseiam no pessoal de cada indivíduo.

Apesar de similar a Teoria de Maslow, Alderfer acredita que os diferentes níveis de necessidade são simultâneos e que não precisam ocorrer em ordem crescente, enquanto Maslow acredita que para atingir o topo da pirâmide, é preciso satisfazer as necessidades anteriores. Além de restringir esse crescimento a um único meio sócio cultural.

### **3.2.3 Teoria dos Dois Fatores – Frederick Herzberg**

O psicólogo Frederick Herzberg (1987) foi responsável por formular a teoria dos dois fatores na qual se dividia entre chamados fatores higiênicos e motivacionais (WYSE, 2018).

Segundo Herzberg (1987) fatores higiênicos são responsáveis pela insatisfação do funcionário em relação ao ambiente de trabalho de forma externa, ou seja, de relações até o ambiente em si. Segundo Chiavenato (2010) a higiene envolve aspectos de ruídos, temperatura, humidade, luminosidade e tudo que envolva os aspectos humanos em relação ao espaço e sua exposição.

Ainda de acordo com Chiavenato (2010) existem quatro itens importantes relacionados ao programa de higiene no trabalho:

- Ambiente físico do trabalho; sendo tudo aquilo que envolve iluminação, ventilação, temperatura, ruídos e o sentimento de conforto no geral.
- Ambiente psicológico; envolvendo relacionamentos agradáveis, atividades de agrado ou motivadoras, exclusão de fontes de estresse e uma gerencia democrática agradável.
- Princípios da ergonomia; tendo o uso de equipamentos adequado a saúde e natureza humana.

- Saúde ocupacional; se preocupando com ausência de doenças e de riscos à saúde.

Para Herzberg (1987) os fatores que condizem à motivação se mostram inerentes ao trabalho em si, como realização, reconhecimento, crescimento ou até mesmo o avanço. Após pesquisas evidenciou-se que os fatores motivadores são em maior parte relacionados a satisfação do colaborador, enquanto a higiene geralmente se relaciona a insatisfação.

Sendo assim se mostrou conclusivo as teorias de Herzberg (1987) que propostas de manutenção e motivação geram resultado positivo em maior parte dos colaboradores, enquanto aos fatores de higiene por muitas vezes geram o oposto, então é notável o esforço de empresas que abordam proposta de investimento em seu ambiente, automaticamente se tornam mais suscetíveis a se tornarem agradáveis ao trabalho gerando melhor entusiasmo e energia em seus funcionários.

### **3.2.4 Teoria da Expectativa – Victor Vroom**

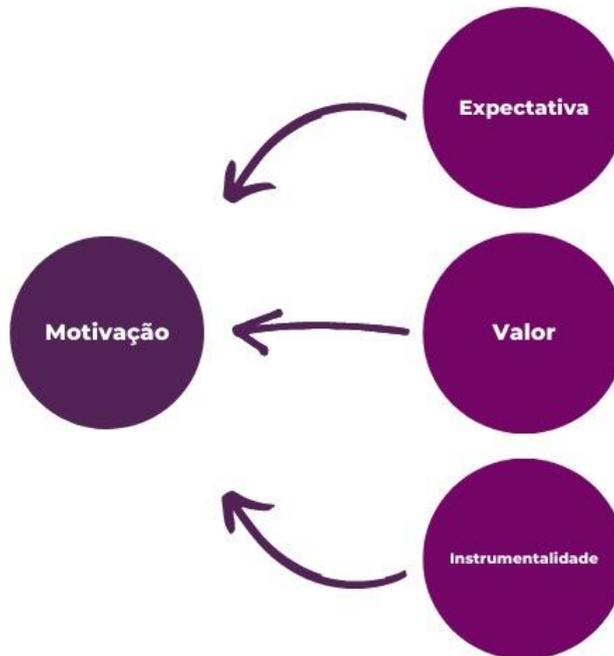
O psicólogo Victor Vroom foi responsável pela criação da teoria das expectativas, cujo a principal observação feita é a de que as pessoas possuam determinada expectativa sobre suas escolhas e ações.

Segundo essa teoria, os processos da motivação ocorrem em função dos objetivos de cada pessoa, e da recompensa que será obtida em virtude de suas funções, tendo em base sua capacidade e análise das possibilidades a decisão de fazer determinada tarefa será tomada ou não, sendo assim a descrença da capacidade pode levar a falta de motivação, assim como o oposto.

Para o autor, a motivação tende a depender do valor das recompensas ou resultados, gerados por determinada tarefa; da instrumentalidade necessária para obtenção do desempenho desejado; e do esforço obtido pela visualização do objetivo ou recompensa, gerando expectativa.

Para explicar tais pontos desse modelo de motivação, Vroom desenvolveu uma equação:  $\text{Motivação} = \text{Expectativa} \times \text{Valor} \times \text{Instrumentalidade}$ .

Figura 2 – Equação de Vroom



Fonte: Do próprio autor

O resultado dessa equação seria o responsável por gerar o grau de motivação individual para realização de certa atividade. WYSE (2018) descreve os significados das fórmulas da equação como: Expectativa: A avaliação das capacidades comparadas ao esforço necessário à realização do objetivo, Instrumentalidade: A visão do indivíduo obtém de que a da compensação que terá ao atingir o resultado uma vez determinado e Valor: Os valores apresentados às alternativas do indivíduo.

Assim a teoria de Vroom se mostra agregar de forma estratégica ao ambiente de trabalho, realizando o planejamento que melhor determina o norteamento para metas e objetivos, criando assim uma forma mais assertiva de motivar pessoas em suas funções. (WYSE, 2018)

### 3.2 A importância da motivação no ambiente de trabalho

O capital humano é a chave para o crescimento de uma empresa, para obter sucesso e destaque diante de um competitivo mercado, deve-se priorizar seu bem mais precioso, os colaboradores.

Segundo Chiavenato (1999) motivação é de um modo geral tudo aquilo que impulsiona alguém a fazer determinada atividade. Esse se mostra um fator de extrema importância dentro de um ambiente organizacional, as práticas motivacionais são as

responsáveis pela maior parte do empenho que o colaborador irá utilizar em seus afazeres, desde demonstrar vontade para enfrentar os obstáculos dentro do ambiente trabalho ou até mesmo, tornar-se uma boa influência para os colegas de trabalho, criando um ambiente de harmonia.

Um contribuinte não motivado raramente se esforça para concluir suas ocupações, e não vê problema em seu baixo desempenho.

Pôr isso há necessidade de programas de incentivo dentro de empresas. No atual cenário de competitividade, abranger as necessidades humanas vem se tornando o foco de empresas em ascensão, com a implementação de práticas motivacionais que nutrem melhores resultados de seu capital humano.

### **3.3 A importância do RH**

Responsável pelo recrutamento, desenvolvimento e treinamento de pessoas, o RH cuida desde a chegada até a saída de seus colaboradores. Além disso, o setor de recursos humanos, trabalha nas questões relacionadas à comunicação entre a organização e equipe, plano de carreira, definição de cargos e salários, segurança no trabalho, gerenciamento da qualidade do ambiente organizacional e sincronização das atividades de cada indivíduo dentro da organização.

Sua capacidade de desenvolver talentos dentro da empresa torna a contratação de um novo integrante em um investimento que terá uma evolução no futuro, resultando na melhora da qualidade dos colaboradores.

De acordo com Soviensi e Stigar (2008), a evolução da tecnologia faz as empresas buscarem o aperfeiçoamento nas capacidades de seus membros, buscando a qualidade nos afazeres da equipe (apud SILVA et al. 2017). Por isso, o treinamento fornecido pelo RH faz com que a organização não fique defasada em relação ao avanço tecnológico. À vista disso, a confiança na capacidade de progresso em seus colaboradores, acarretará a melhora da situação da equipe.

Com isso, nota-se que a interlocução do RH com as outras áreas de uma empresa são necessárias para um maior aproveitamento do potencial de seus membros. Fazer o RH presente em toda a organização torna o ambiente de trabalho organizado, pois é nele que há o registro de todos os integrantes.

Por ter o conhecimento dos colaboradores, capacidade de gerenciar pessoas, treiná-las e ter seus registros, o RH se torna imprescindível para o funcionamento de

uma empresa. Como uma organização funciona por causa de seus colaboradores, a gestão dos mesmos é importante para que seu ambiente se desenvolva.

### 3.5 Remuneração

De acordo com Idalberto Chiavenato (2010) a remuneração total engloba três princípios básicos:

- Incentivo salarial: pode ocorrer por meio de bônus, lucros da empresa, entre outros.
- Remuneração básica: que é o salário que consta no contrato de trabalho.
- Benefícios: refeição subsidiada, plano de saúde, plano odontológico, seguro de vida, seguro saúde, entre outros

Figura 3 – Princípios da Remuneração

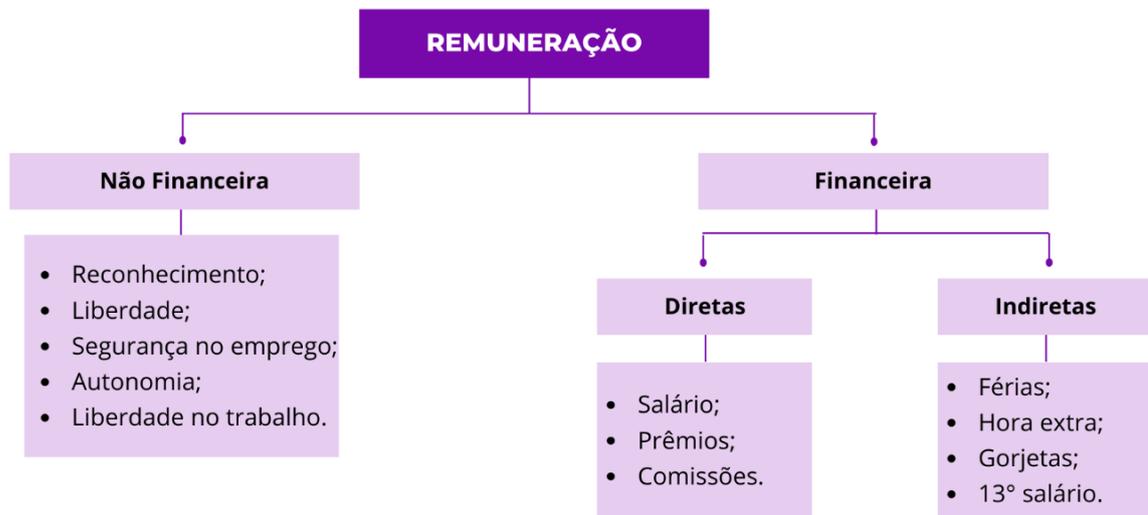


Fonte: Adaptado de Chiavenato (2010)

Há duas formas de remuneração. Não financeira e financeira, sendo as recompensas não financeiras o reconhecimento que o colaborador ganha na empresa, a segurança no emprego, promoção, liberdade e autonomia no trabalho. Por outro lado, as recompensas financeiras tendem a ser diretas ou indiretas:

- Diretas: salário, prêmios e comissões.
- Indiretas: férias, gratificações, gorjetas, hora extra e 13º salário

Figura 4 – Formas de Remuneração



Fonte: Adaptado de Chiavenato (2010)

Ainda assim, uma das principais recompensas organizacionais mais importante na remuneração é o salário, que se divide em duas vertentes, o salário real e o salário nominal. O salário nominal representa a quantia de dinheiro que consta no contrato, já o salário real é o conjunto de coisas que pôde-se comprar com o salário nominal ganha mensalmente ou semanalmente, ou seja, o poder aquisitivo. (CHIAVENATTO, 2010)

### 3.6 Benefícios

De acordo com Chiavenato (2010) os benefícios são uma forma de recompensa dada aos colaboradores além do salário. A oferta de benefícios tem como objetivo satisfazer as necessidades dos funcionários da organização. São algumas bonificações: seguro de vida, assistência médico-hospitalar e odontológica, auxílio-alimentação, vale transporte e premiações.

Sobre esse aspecto, Gomes (2019) acredita que:

“As organizações devem buscar conhecer as necessidades que cercam seus funcionários, sejam elas pessoais ou profissionais no intento de apresentar mudanças para a melhoria de suas vidas, pois tal conhecimento é de suma importância para a satisfação de ambos [...]”

Observa-se que, cabe a empresa identificar quais benefícios se encaixam com o tipo de funcionário, levando em conta que cada indivíduo é singular, e implementar estratégias de incentivo. Por conseguinte, tem-se um colaborador satisfeito que se desenvolverá profissionalmente e alcançará melhores resultados para a empresa.

### 3.7 Análise dos resultados

Os resultados foram obtidos a partir de uma pesquisa por meio da plataforma *Microsoft Forms*, enviada para os funcionários de duas empresas alimentícias. Foram alcançadas 16 respostas no total.

A Primeira questão é referente a função exercida pelos colaboradores nas empresas. A pergunta é: “Qual seu cargo na empresa?”.

A maior parte dos entrevistados são Gerentes, o que corresponde a 5 das respostas, em seguida tem-se 3 Assistentes Administrativos, 2 Atendentes, 1 Assistente Geral, 1 Profissional de Marketing, 1 Consultor, 1 Técnico de Informática, 1 Auxiliar de T.I. e 1 Coordenador de Equipe.

Notou-se que, todos os Gerentes responderam que “Sim” quando foram questionados, na pergunta de Número 9, se eles sentem que suas ideias e opiniões são ouvidas na empresa, ademais, todos responderam que “Não” para a pergunta de Número 7, que se refere a acreditar ou não que haja desigualdade no tratamento dos funcionários. Em contraste, os dois Atendentes responderam “Às vezes” para a nona pergunta, e os dois responderam que “Sim” para a sétima pergunta.

É possível que essa dessemelhança aconteça devido as individualidades de cada cargo e a diferença de autoridade. Enquanto cargos de maior nível hierárquico se sentem mais ouvidos e assumem que todos são tratados da mesma maneira, cargos de níveis mais baixos percebem diferença no tratamento dos colaboradores.

A quarta questão busca saber se os entrevistados se sentem valorizados na empresa em que trabalham, então foi levantado o questionamento sobre o reconhecimento no ambiente de trabalho e com que frequência ele ocorre.

Gráfico 1 – Reconhecimento

4. Você tem reconhecimento no seu ambiente de trabalho?

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

● Sim	11
● As vezes	4
● Quase nunca	1
● Nunca	0



Fonte: Do próprio autor

De acordo com as informações obtidas do gráfico percebe-se que: 69% afirmam ter reconhecimento, 25% têm o reconhecimento somente as vezes e 6% quase nunca têm seu reconhecimento no ambiente de trabalho.

Portanto, infere-se que a maioria dos membros têm o seu reconhecimento na empresa, mas ainda há 31% dos colaboradores que não possuem sua valorização na empresa adequadamente.

A sexta pergunta é acerca do engajamento dos profissionais com a suas atividades. Ao observar o gráfico abaixo, é notável a presença de um aspecto positivo por parte das organizações entrevistadas, visto que a maioria (94%) de seus funcionários se sentem engajados com os afazeres que os fora passado.

Gráfico 2 – Engajamento

6. Você se sente engajado com suas tarefas?

[Mais Detalhes](#)

● Sim	15
● Não	1



Fonte: Do próprio autor

Um papel importante realizado pelo RH é a identificação de qualidades no perfil dos funcionários. Designar tarefas que colidem com as habilidades de seus colaboradores evita desgaste.

A Questão 9 investiga se o colaborador é ouvido pela empresa, levantando o questionamento quanto a empresa levar em conta suas ideias e opiniões.

Gráfico 3 – Ideias e opiniões dos colaboradores  
9. Você sente que suas ideias e opiniões são ouvidas na empresa?

[Mais Detalhes](#)

Insights

● Sim	7
● As vezes	8
● Quase nunca	1
● Não	0



Fonte: Do próprio autor

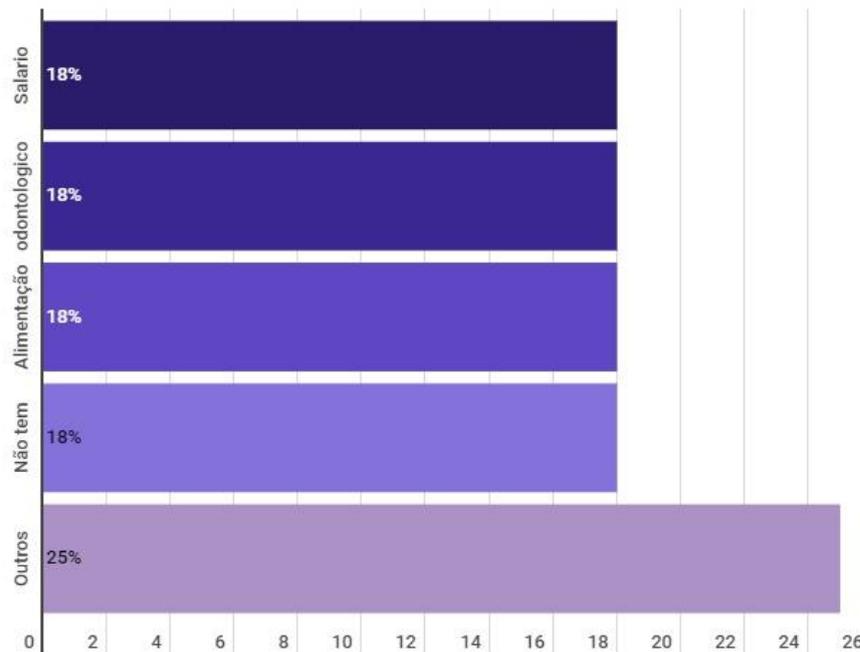
Os resultados foram de 50% para “Às vezes”, 44% para “Sim” e 6% para “Quase nunca”.

Pela análise dos dados coletados, conclui-se que a maioria dos colaboradores que são ouvidos pela empresa (94%) já estão atuando na organização a mais de dez anos (60%) e tem uma boa relação com sua equipe, mostrando que quanto maior for a trajetória na empresa, mais respeito e autonomia o colaborador recebe.

Uma importante questão levantada aos colaboradores das empresas utilizadas, foi quais benefícios gostariam que fossem implementados ao ambiente de trabalho.

Os 18% restantes se sentem satisfeitos ou não tiveram interesse em recomendar propostas de benefícios ao espaço organizacional.

Gráfico 4 – Indicações de benefícios



Fonte: Do próprio autor

Dentre as respostas obtidas, 18% optaram por benéficos envolvendo salário, outra área de interesse dentre 18% dos funcionários está a inclusão de um plano odontológico e 18% demonstrando valorização por um vale refeição, demonstrando deficiência nesses quesitos por parte da empresa.

25% dos colaboradores acabaram por indicar ideias diferente das demais sendo elas, melhor espaço de descanso aos funcionários, a implementação de um plano de carreira, reconhecimento aos contribuintes que realizam ensino superior junto ao incentivo para os que não fazem, iniciarem algum curso ou ensino acadêmico e remuneração sobre as horas extras trabalhadas.

Através dos resultados nota-se a real necessidade de empresas em adotar uma filosofia de motivação em sua estrutura, visto que, ainda existem necessidades a serem atendidas por seus colaboradores, mas em questão de engajamento e gestão de ideias e opiniões as empresas analisadas se saem bem, tendo em vista que mais da metade de seus funcionários se sentem ouvidos e engajados, e outro grande acerto das organizações está no fato de que grande parte dos entrevistados sentem que seu valor é reconhecido, e isso afeta diretamente a potencialidade de trabalho, já que o ser humano se sente importante à medida em que seu reconhecimento aumenta, fazendo assim um funcionário dedicado e com um real sentimento de necessidade no ambiente organizacional.

## CONCLUSÃO

O indivíduo, antes visto apenas como ferramenta, se tornou a parte mais importante de uma empresa, isso em razão das transformações no meio organizacional que se deram no decorrer da história. Criaram-se teorias que introduziram uma nova visão sobre o capital humano, onde percebeu-se que a motivação influenciava diretamente em seu desempenho.

A partir da coleta de dados realizada com duas empresas do setor de alimentação e do estudo de teorias já concretizadas realizado nesse trabalho, notou-se a relevância da motivação, bem como, o que se pode fazer para motivar um funcionário. Também foi possível responder a problemática: Quais os fatores que mais motivam os colaboradores de empresas alimentícias?

Além do salário, os benefícios são uma forma de remuneração que pode ser dada ao funcionário. Alguns benefícios sugeridos pelos colaboradores das empresas são: plano odontológico, vale-alimentação e espaço de lazer. Por meio dessa e de outras maneiras a organização faz com que o trabalhador se sinta mais prestigiado.

Verificou-se que são diversos os fatores que motivam um colaborador. Identificando as necessidades de cada um, a empresa pode se adaptar para criar um ambiente de trabalho mais confortável, assim fidelizando profissionais.

Após a pesquisa, também se tornou evidente que houveram variações nas respostas, influenciadas pelo cargo e pelo tempo do funcionário na empresa. Portanto, conclui-se que uma boa comunicação, de forma imparcial ao cargo e ao tempo de permanência do funcionário na empresa, interfere na imagem que ele tem do local em que trabalha.

Ter uma organização em que os funcionários se sentem incluídos nos processos de decisões, resulta na maior participação efetiva e no sentimento de reconhecimento dos indivíduos da equipe. É preciso a satisfação das necessidades que envolvem realização pessoal, para que o funcionário possa se desenvolver e crescer na organização. Não só isso, mas também cativar os membros para engajá-los aos objetivos da empresa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Motivação: Mitos, Crenças e Mal-entendidos. In: BERGAMINI, Cecília Whitaker; CODA, Roberto. **Psicodinâmica da Vida Organizacional: motivação e liderança**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1997. p. 69-92. Disponível em: <https://nc400.files.wordpress.com/2012/02/bergamini-1997-motivac3a7c3a3o.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2022.

CAVALCANTI, Thiago Medeiros et al. Hierarquia das Necessidades de Maslow: Validação de um Instrumento. In: Hierarquia das Necessidades de Maslow: Validação de um Instrumento. [S. l.]: SciELO - Brasil, 10 jan. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/X4Cm9CPhzCCSxzGfZ9TBVzh/?lang=pt>. Acesso em: 9 set. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. Benefícios e Serviços. In: CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010. Cap. 11. p. 340-356.

CHIAVENATO, Idalberto. A Gestão de Pessoas em um Ambiente Dinâmico e Competitivo. In: CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010. Cap. 2. p. 34-57.

CHIAVENATO, Idalberto. Higiene, Segurança e Qualidade de Vida. In: CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010. Cap. 15. p. 470-494.

CHIAVENTO, Idalberto. O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. Remuneração. In: CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010. Cap. 9. 378-307.

GOMES, Amanda Kelly. A importância do reconhecimento profissional para a motivação dos colaboradores. **Revista Hum@nae**, Pernambuco, v. 1, n. 13, p. 1-23, 24 jan. 2019. Semestral. Disponível em: <https://revistas.esuda.edu.br/index.php/humanae/article/view/628>. Acesso em: 22 set. 2022.

HERZBERG, Frederick. **One More Time: How Do You Motivate Employees?**. HBR CLASSIC, Harvard Business Review, v. V.46, ed. 87507, p. 6-11, setembro-outubro 1987. [https://www.insidemarketing.it/wp-content/uploads/2020/08/one\\_more\\_time\\_-\\_how\\_do\\_you\\_motivate\\_employees.pdf](https://www.insidemarketing.it/wp-content/uploads/2020/08/one_more_time_-_how_do_you_motivate_employees.pdf). Disponível em: <https://www.hbr.org/>. Acesso em: 13 set. 2022.

MAROTTO, Edinalva Dell'armi et al. **Fatores Motivacionais: contribuição para o sucesso das empresas**. 2016. 14 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Gestão de Pessoas, Instituto Capixaba de Assistência Técnica e Extensão Rural, Venda Nova do Imigrante, Es, Brasil, 2016. Cap. 1. Disponível em: <http://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/handle/123456789/2885>. Acesso em: 10 abr. 2022.

MELLO JUNIOR, Nelson Raposo de. **Motivação e o programa de desempenho por resultados do município de Santos**. 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/13110>. Acesso em: 18 ago. 2022.

PERIARD, Gustavo. **A hierarquia de necessidades de Maslow: o que é e como funciona**. 2018. 1 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Ministério da Infraestrutura, Portal Gov.Br Governo Federal, São Paulo, 2018. Cap. 1. Disponível em: <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/portal-da-estrategia/artigos-gestao-estrategica/a-hierarquia-de-necessidades-de-maslow>. Acesso em: 10 abr. 2022.

RODRIGUES, Weslei Alves; REIS NETO, Mário Teixeira; GONÇALVES FILHO, Cid. As influências na motivação para o trabalho em ambientes com metas e recompensas: um estudo no setor público. **Revista de Administração Pública**, [S.L.], v. 48, n. 1, p. 253-273, fev. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-76122014000100011>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/YNj8FFFbMP7sRqbDYBvpcQh>. Acesso em 10 de jun. 2022.

SCHNEIDER, Benjamin; ALDERFER, Clayton P. “**Three Studies of Measures of Need Satisfaction in Organizations**”. *Administrative Science Quarterly*, vol. 18, no. 4, 1973, pp. 489–505. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/2392201>. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2392201>. Acessado em 18 ago. 2022.

SILVA, Jessica Thais Lima da et al. A Importância da Gestão de Recursos Humanos nas Organizações. **Revista Conexão Eletrônica**, [S. l.], ano 2017, v. 14, n. 1, p. 886-893, 12 jul. 2017. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/60039867/90-A-IMPORTANCIA-DA-GESTAO-DE-RECURSOS-HUMANOS-NAS-ORGANIZACOES20190717-25357-rmlwiq.pdf>. Acesso em: 21 set. 2022.

WYSE, Robert de Moraes. Motivação: teorias motivacionais do comportamento humano. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 22, n. 36, p. 134-147, 30 dez. 2018. Editora e Distribuidora Educacional. <http://dx.doi.org/10.17921/1415-6571.2018v22n36p134-141>. Disponível em: <https://revista.pgsskroton.com/index.php/rcger/article/view/6227>. Acesso em: 11 abr. 2022.