

**Etec “PROFA. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”
Técnico em Recursos Humanos**

**Jaqueline Cristina Mauri
Lucas Bernardo Roque
Micheli dos Santos
Suzane Cristina da Silva
Tayná Bernardo Roque**

AUTOESTIMA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Araraquara

2019

ETEC “PROFA. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”
Técnico em Recursos Humanos

Jaqueline Cristina Mauri
Lucas Bernardo Roque
Micheli dos Santos
Suzane Cristina da Silva
Tayná Bernardo Roque

AUTOESTIMA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Araraquara
2019

Jaqueline Cristina Mauri
Lucas Bernardo Roque
Micheli dos Santos
Suzane Cristina da Silva
Tayná Bernardo Roque

AUTOESTIMA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em Recursos Humanos sob a orientação da Professora Gabriela Messias da Silva.

Araraquara
2019

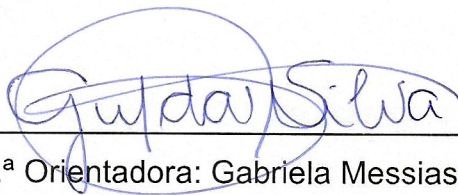
Jaqueline Cristina Mauri
Lucas Bernardo Roque
Micheli dos Santos
Suzane Cristina da Silva
Tayná Bernardo Roque

AUTOESTIMA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL


Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Recursos Humanos**.

Aprovado em 25 de novembro de 2019.

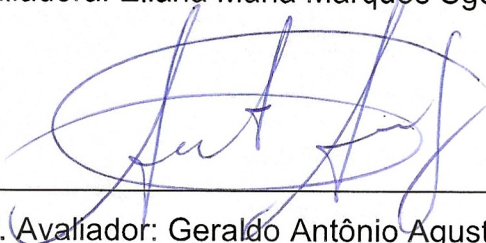
Banca Examinadora:



Prof.^a Orientadora: Gabriela Messias da Silva



Prof.^a Avaliadora: Eliana Maria Marques Sgobi Cazal



Prof. Avaliador: Geraldo Antônio Agustoni

Dedicamos esse trabalho primeiramente a Deus, e aos nossos familiares que deram apoio e determinação para continuarmos a nossa caminhada, aos nossos amigos que conseguiram nos suportar e nos compreender nesse ano tão corrido para a elaboração do trabalho. Concluimos o curso, porém a responsabilidade, as experiências, os amigos, levaremos pra sempre em nossas vidas.

AGRADECIMENTO

Agradecemos a Deus que nos concedeu forças e discernimento para execução do trabalho, a professora Gabriela Messias que nos orientou e ajudou no que foi necessário, aos nossos amigos e familiares que foram essenciais na compreensão e ajuda neste ano repleto de aprendizado. Agradecemos também a cada integrante desse grupo, que dispuseram de tempo e organização para que esse trabalho fosse executado e finalizado a fim de concluir essa etapa.

De nada vale tentar ajudar aqueles que
não se ajudam a si mesmos.

CONFÚCIO

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar a influência da autoestima sobre o trabalhador. Através de um estudo bibliográfico e pesquisas aplicadas para colaboradores da indústria e comércio de Araraquara. Iremos elucidar o quanto a autoestima influencia e determina o bem-estar e a produção dos colaboradores nas empresas, no qual, as constantes transformações humanas, científicas e sociais nos levam a novas formas de pensar e atuar em gestão de pessoas. Mais ainda quando pensamos nos avanços tecnológicos e na inserção do mundo 4.0 que colocam o humano em uma posição secundária e meramente produtiva, o que contribui drasticamente para o aumento de casos de transtornos emocionais e suas variantes. O ambiente de trabalho é o local no qual o trabalhador passa grande parte da sua vida, cerca de um terço do dia. Por isso, a busca por qualidade de vida dentro das organizações torna-se cada vez mais necessária, pois se entende que um trabalho satisfatório não é possível em um ambiente organizacional doente.

Palavras-chave: Autoestima. Saúde do Trabalhador. Clima Organizacional.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the influence of self-esteem on the worker. Through a bibliographical study and applied research for employees of industry and commerce of Araraquara. We will clarify how self-esteem influences and determines the well-being and production of employees in companies, in which the constant human, scientific and social transformations lead us to new ways of thinking and acting in people management. Even more so when we think of the technological advances and the insertion of the 4.0 world that put the human in a secondary and merely productive position, which contributes drastically to the increase of cases of emotional disorders and their variants. The work environment is where the worker spends most of his life, about a third of the day. Therefore, the search for quality of life within organizations is becoming increasingly necessary, since it is understood that satisfactory work is not possible in an unhealthy organizational environment.

Keywords: Self-esteem. Worker's health. Organizational Climate.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados na indústria	29
Gráfico 2 - Sexos dos entrevistados no comércio	29
Gráfico 3 - Faixa etária dos entrevistados na indústria	30
Gráfico 4 - Faixa etária dos entrevistados no comércio	30
Gráfico 5 - Estado civil na indústria	31
Gráfico 6 - Estado civil no comércio	31
Gráfico 7 - Política salarial no comércio	32
Gráfico 8 - Política salarial na indústria	32
Gráfico 9 - Oportunidade de carreira na indústria	33
Gráfico 10 - Oportunidade de carreira no comércio	33
Gráfico 11 - Informação sobre mudanças e melhorias na indústria	34
Gráfico 12 - Informação sobre mudanças e melhorias no comércio	34
Gráfico 13 - Relacionamento no trabalho na indústria	35
Gráfico 14 - Relacionamento no trabalho no comércio	35
Gráfico 15 - Ambiente de trabalho na indústria	36
Gráfico 16 - Ambiente de trabalho no comércio	37
Gráfico 17 - Motivação na indústria	38
Gráfico 18 - Motivação no comércio	38
Gráfico 19 - Fatores externos que mais interferem a produtividade na indústria	39
Gráfico 20 - Fatores externos que mais interferem a produtividade no comércio	39
Gráfico 21 - O que te motiva no trabalho na indústria	40
Gráfico 22 - O que te motiva no trabalho no comércio	41
Gráfico 23 - O que te desmotiva no trabalho na indústria	42
Gráfico 24 - O que te desmotiva no trabalho no comércio	42

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 AUTO ESTIMA E O AMBIENTE ORGANIZACIONAL	12
1.1 Conceitos de autoestima	13
1.2 Baixa estima e sua influência na vida profissional	14
1.3 Capital humano nas organizações	17
1.4 A relação entre autoestima e o colaborador na organização	19
1.5 Clima organizacional pela ótica do trabalhador	21
2 MOTIVAÇÃO E O MERCADO DE TRABALHO	23
2.1 Políticas de motivação no ambiente organizacional	24
2.2 Motivação e autoestima	25
3 PESQUISA: AUTO ESTIMA E AMBIENTE DE TRABALHO	28
3.1 Análise e comentários dos resultados da pesquisa	29
CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	47
APÊNDICE 1 – Pesquisa – Autoestima no ambiente organizacional.....	49
ANEXO 1 – Termo de autorização de divulgação	52
ANEXO 2 – Declaração de Autenticidade	53

INTRODUÇÃO

As organizações cada vez mais buscam um diferencial competitivo, que ocorre não somente pela implementação de máquinas e equipamentos, mas também pelo investimento no capital humano, cujas competências e habilidades vão ao encontro dos interesses da empresa. Mediante a valorização e utilização correta dos recursos humanos, as empresas começaram a investir mais, utilizando-se de investimento na autoestima pessoal e organizacional para atingir metas empresariais. Isso possibilita uma nova dinâmica da valorização do capital humano e aproveitamento das habilidades humanas em potencial.

Diante deste cenário as organizações sofrem grande impacto em seus objetivos, estratégias, metas, e principalmente nas pessoas. Isso se dá porque atualmente as pessoas estão procurando a satisfação e a qualidade de vida em um ambiente de trabalho, decorrentes das mudanças e pressões de mercado e da sociedade. Para tanto, elas precisam de algo influenciador e motivador para que possam exercer suas funções.

O processo de crescimento da empresa está intimamente ligado às condições de crescimento proporcionadas aos colaboradores nela envolvidos; essas são, essencialmente, a motivação que cada trabalhador vislumbra acerca de si mesmo em relação ao seu trabalho e sua satisfação no desenvolvimento deste. Quanto mais qualidade de vida o trabalhador obter em seu local de trabalho, maior será sua produção e sua expectativa de crescimento pessoal e profissional.

O investimento na autoestima de funcionários e colaboradores tornou-se relevante e necessário no mundo corporativo cada vez mais competitivo e desafiador. As organizações que investem no desenvolvimento e melhoria da autoestima de seus funcionários proporcionam um ambiente saudável, harmônico e propício para o crescimento.

Com o avanço brusco na tecnologia e mudanças ambientais, o colaborador tem maior dificuldade de acompanhar esses avanços. Contudo analisamos qual a importância da autoestima nas organizações? Como isso influencia na qualidade de vida do trabalhador? E qual efeitos a autoestima tem no ambiente e nas condições de trabalho, individual e de grupo?

Para esse trabalho, supõe-se que quanto maior a autoestima, maior será a capacidade em lidar com os problemas rotineiros, também será mais criativo e terá maiores chances de sucesso. O ser humano é capaz de desenvolver velozmente condições favoráveis em relação a autoestima, evidenciando as questões de resistência, pressão emocional ou de tempo, desespero ou até mesmo derrota. Quanto mais flexível for, melhor se apresentará sob essas condições organizacionais.

Na pesquisa será analisada a importância da autoestima nas organizações e como isso influencia na qualidade de vida no trabalho, e que efeitos a autoestima tem no ambiente e nas condições de trabalho, individual e de grupo. Será abordado vários segmentos de mercado e através de pesquisas e tabulação dos dados iremos compreender melhor o que é relevante e o que não é para o trabalhador, para a sua realização profissional e pessoal, pois andam juntos, se a pessoa não se encontra feliz na sua vida pessoal, isso afeta diretamente a vida profissional, e vice-versa.

A pesquisa será conduzida através de um levantamento bibliográfico acerca dos preceitos teóricos sobre os conceitos de autoestima, acompanhado de questionários fechados aplicados a trabalhadores da indústria e do comércio da cidade de Araraquara.

1 AUTO ESTIMA E O AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A importância do pessoal na organização se tornou primordial nos últimos anos, tanto que muitas empresas já tratam como prioridade os seus funcionários, pois a autoestima do trabalhador deve estar em harmonia com o ambiente organizacional. Quando a pessoa não se acha capaz, que está com a baixa autoestima, nada o agrada em seu trabalho, sendo assim não tem a produção que se espera do funcionário. Primeiro devemos perceber o indivíduo e suas particularidades para depois considerá-lo membro da organização.

O trabalhador que tem autoestima positiva consegue atender melhor às demandas e metas a serem cumpridas, pois entendemos que se houver um fator motivacional para que a pessoa exerça sua função, conseqüentemente ela conseguirá atingir melhores resultados. A autoestima é um fator determinante dentro da organização, pois a empresa precisa do colaborador para gerar resultados, e um trabalhador com baixa autoestima não consegue produzir na proporção desejada e não consegue atender às demandas e expectativas. Para isso a organização tem que ficar atenta e acompanhar todas as mudanças de clima e ambiente.

Quando o funcionário é valorizado acaba sendo impulsionado a trabalhar mais e melhor, usa de maneira mais aguçada a sua criatividade levando para sua empresa todas as suas competências, conhecimentos e habilidades tornando-se parte dela e não apenas mais um colaborador.

Para as empresas atingirem seus objetivos e metas é preciso que todos os interessados trabalhem em grupo, sincronizados para que as coisas aconteçam de maneira eficaz. Para isso cada colaborador precisa estar com a autoestima elevada, confiante em si mesmo e seguro de ser capaz de realizar as tarefas a ele atribuídas, não esquecendo que um ambiente saudável e acolhedor também é fundamental para que as pessoas possam desenvolver suas capacidades intelectuais.

Uma autoestima reconhecida dá ao colaborador uma melhor definição de seus objetivos. Uma pessoa com alta autoestima consegue lidar facilmente com os conflitos organizacionais. A autoestima pode ser influenciada pelo afeto familiar, uma lembrança ruim que se teve na infância, ou até mesmo sonhos e pesadelos e o

ambiente em que vive. Para isso, as empresas devem ficar atentas aos diferentes comportamentos dos funcionários e os valorizar de acordo com cada personalidade.

E é por isso que se torna necessário uma pesquisa sobre esse assunto, em que iremos analisar em determinado segmento o que acontece, analisando fatos concretos, de onde poderemos afirmar quais os fatores que influenciam na autoestima no ambiente organizacional e como isso afeta a qualidade de vida no trabalho.

O tema autoestima nas organizações traz muitas interrogações e nos leva a pensar como o comportamento humano pode ser um diferencial nas empresas. Hoje as pessoas esperam respeito e consideração por parte dos seus empregadores e isso está cada vez mais evidente na sociedade em que vivemos. O ser humano é passível de erros, mas quando está motivado pode ser um grande gerador de ideias levando muitos benefícios para a empresa em que trabalha. É como se fosse uma troca, os patrões oferecem empregos, em contrapartida os colaboradores oferecem seu capital intelectual. Artigos publicados por especialistas em administração nos revelam que os administradores estão cada vez mais procurando uma maneira de diminuir a rotatividade de trabalhadores, diminuir o absenteísmo e manter seus funcionários motivados. Essa procura está intrinsecamente ligada à autoestima nas organizações. Como fazemos parte desse mercado de trabalho, procurar desvendar os mistérios em volta do assunto em questão será altamente valioso.

1.1 Conceitos de autoestima

Santana (2004) autoestima defina-se no julgamento e avaliação que cada pessoa faz de si mesmo, ou seja, é a capacidade de gostar de si. Se autoconhecer é fundamental para entender seus pontos positivos e negativos.

Desta forma, a pessoa consegue enfrentar os desafios encontrados no cotidiano, uma vez que ela conhece seu potencial de coragem e determinação. Segundo o dicionário Dicio (2018), qualidade de quem se valoriza está satisfeito com sua forma de pensar ou com sua aparência física expressando confiança em suas ações e opiniões.

O principal significado da autoestima para Branden (2000) é a confiança na eficiência da mente, na capacidade de pensar, aprender, fazer escolhas e tomar decisões apropriadas e lidar com mudanças. A autoestima é uma necessidade pessoal que deve ser desenvolvida, seja por um lado positivo ou negativo.

A autoestima no trabalho tem o objetivo de trazer para cada indivíduo mais empenho em suas tarefas, pois cada ser humano necessita estar em equilíbrio com o ambiente em que vive para apresentar o resultado eficaz.

De acordo com essa teoria, cada pessoa se satisfaz, dependendo do ambiente e clima em que ela vive. Nessa perspectiva entendemos que o fator emocional e pessoal influencia o ambiente organizacional causando várias consequências, pois o trabalho é onde a pessoa passa o maior tempo convivendo com os outros colegas.

Dentro das organizações cada grupo possui habilidades específicas. Alguns possuem conhecimentos, opiniões, atitudes, valores, entre outros, que fazem a diferença positiva; estas diferenças, se aceitas e bem aproveitadas, oferecem maior comunicação, melhor desenvolvimento, oferecendo pensamentos e opiniões importantes para o bom aproveitamento dos processos. Conduz a equipe a oferecer e receber o feedback construtivo.

Neste momento se estabelece elos afetivos, emocionais e se cria a condição de identificação com os colegas relacionados, o ambiente torna-se mais agradável e induz a sensação de fazer mais que o esperado, conceito este buscado pelas organizações contemporâneas.

1.2 Baixa estima e sua influência na vida profissional

A baixa autoestima pode ser entendida como uma característica negativa de uma pessoa, um momento difícil em que está passando, pessoas que não acreditam nos seus potenciais e nem na capacidade de resultados. Um fator negativo pode refletir diretamente em seu emocional e sua estrutura sólida, isso ocorre quando a pessoa se sente desvalorizada em um ambiente, ou tem o autoconceito de maneira errada.

A baixa autoestima nos impede de acreditar que podemos e somos capazes de realizar algo. Assim como os próprios colegas de trabalho, quando nos diminui quanto aos afazeres, isto está nos prejudicando e nos tirando da busca de realizações e metas a serem cumpridas pela empresa. Por esse e outros motivos, não é bom ter um funcionário que sempre desmotive sua equipe, deixando o ambiente cada vez mais carregado e propício a brigas e não à produção.

A tabela abaixo reflete a visão de Bonet (1997), mostrando os perfis das pessoas com baixa estima e pessoas com autoestima saudável:

Quadro 1 - A relação entre a pessoa com baixa estima e com autoestima.

Pessoas com baixa autoestima	Pessoas com autoestima saudável
1. Possuem pesada autocrítica; tendem a criar um estado habitual de insatisfação consigo mesmo;	1. Possuem firmeza de valores e princípios, mesmo quando diante de oposição; ao mesmo tempo, possuem segurança para mudar de opinião, diante de uma ideia que reconhecem como melhor;
2. São hipersensíveis à crítica; sentem-se facilmente atacados e possuem ressentimento obstinado contra os críticos;	2. São capazes de agir de acordo com o que acreditam ser a melhor escolha; confiam no próprio julgamento, e não se sentem culpados quando os outros não concordam com a escolha;
3. Possuem indecisão crônica, principalmente em razão do medo exagerado de cometer um erro;	3. Não perdem tempo se preocupando excessivamente com o passado, nem sobre o que poderá acontecer no futuro; aprendem com o passado e planejam o futuro; mas vivem o presente intensamente;
4. Desejam obsessivamente agradar; deixam de dizer "não", mesmo com sacrifício de seu bem-estar, para não desagradar o interlocutor;	4. Confiam plenamente na capacidade de resolver problemas; não hesitam em pedir ajuda quando precisam;
5. São perfeccionistas ou autoexigentes; tudo deve ser "perfeito"; um único erro pode levar à frustração quando a perfeição não é alcançada;	5. Consideram-se iguais em dignidade em relação aos outros, aceitando as diferenças de certos talentos, o prestígio pessoal ou situação financeira;
6. Possuem uma culpa neurótica; exageram a magnitude dos erros ou faltas e reclamam indefinidamente,	6. Resistem à manipulação; colaboram com os outros quando parece apropriado e conveniente;

nunca alcançando o perdão integral;	
7. São detentores de hostilidade flutuante; irritadiços, sempre à beira de explodir até mesmo em relação a questões de menos importância, atitude característica de alguém está desapontado ou insatisfeito com tudo;	7. Admitem e aceitam diferentes sensações internas e instintivas;
8. Agem constantemente de forma defensiva ou uma negativa geral;	8. São capazes de desfrutar de uma grande variedade de atividades;
9. Podem demonstrar forte sentimento de insignificância.	9. São sensíveis aos sentimentos e necessidades dos outros; respeitam as regras sociais e reivindicam o direito ou o desejo de prosperar.

Fonte: Teoria de Bonet (1997)

O indivíduo no ambiente organizacional está sujeito a várias situações que podem levar ao estresse, como por exemplo, metas não atingidas, resultados não esperados ou mesmo a falta de reconhecimento por parte dos superiores. Às vezes, os colaboradores criam expectativas em relação à organização no que diz respeito ao reconhecimento e valorização, mas que não passam de crenças. Isso faz com que o empregado fique desmotivado, podendo até provocar esgotamento emocional, cansaço mental pelo desgaste gerado, e faz com que o desempenho caia individual e coletivamente. Os elogios devem fazer parte constante dentro de uma organização que quer crescer e ser reconhecida no mercado. Funcionários devem ser tidos como parceiros e não mais apenas como números.

As empresas precisam estar atentas e preparadas para lidarem com essas situações em que o colaborador deixa de participar das atividades da organização, não se importando mais se os resultados são bons ou ruins. Para trazer o funcionário de volta deve-se adotar políticas de gratificação por metas atingidas, aumento de salários, participação de lucros, promoções, entre outros. Uma gestão de desempenho ou motivação pode ser uma grande aliada para essa situação de risco.

Os empregados entram na organização com certas expectativas sobre o que eles poderão realizar profissionalmente e sobre o que a organização poderá oferecer-lhes como recompensa e para facilitar o seu trabalho. Com

o passar do tempo, essas expectativas são contrastadas com a realidade do dia-a-dia. Os indivíduos comparam suas expectativas com a sua vivência na organização. Resultados discrepantes nessa comparação podem influenciar o comportamento das pessoas no trabalho (CORDES & DOUGHERTY, 1993).

A qualidade de vida está diretamente ligada ao ambiente de trabalho. A sociedade vem evoluindo e sofrendo constantes mudanças rapidamente, onde o envolvimento do trabalhador com a empresa é cada vez mais significativo. É preciso que haja integração entre todos os setores da empresa para que esta funcione corretamente e alcance os resultados desejados e, para isso, as pessoas precisam estar bem treinadas e motivadas. Uma excelente gestão dos recursos humanos pode ser o diferencial para o sucesso, onde deverão ser oferecidas aos colaboradores oportunidades de aprendizagem, qualificação, gratificações, planos de carreira. Até mesmo uma competição interna pode mostrar-se saudável para alcançar os objetivos da empresa e também dos colaboradores. O indivíduo precisa sentir-se importante dentro da empresa, não importa o cargo que ocupe, pois todos são necessários para que a organização realize as suas atividades.

1.3 Capital humano nas organizações

Quando falamos em gestão de pessoas e na importância que as pessoas exercem dentro das empresas, é interessante recordar que nem sempre foi assim. A valorização do capital humano nas organizações, na realidade, é algo recente. Antes, os colaboradores de uma empresa eram vistos como uma simples ferramenta de trabalho, se igualando as máquinas de uma indústria. Questões como, qualidade, saúde e segurança no trabalho não eram temáticas que interessavam as companhias, elas não associavam a valorização do empregado com produtividade e lucratividade. Desta forma não lhes interessavam investir em seus funcionários e na qualidade do trabalho, pois não iriam ganhar nada com isto.

Mas este cenário se transformou, a ampliação dos mercados e os longos avanços das tecnologias trouxeram mais acessibilidade, simplicidade e poder de escolha aos consumidores. Agora as informações, preços e prazos de produtos e serviços estão possíveis a qualquer pessoa e em qualquer lugar do mundo. A

integração econômica, social, cultural e política entre as sociedades se intensificaram. Visto que a acessibilidade dos consumidores se salientou, as organizações passaram a procurar por vantagens que lhes proporcionassem um diferencial competitivo no mercado, em muitos casos este diferencial competitivo foi encontrado em seu capital humano. Desta forma novos métodos foram desenvolvidos para gestão dos recursos financeiros, materiais e principalmente humano nas organizações.

As organizações dependem das pessoas para dirigi-las e controlá-las e para fazê-las operar e funcionar. Não há organização sem pessoas. Toda organização depende de pessoas e delas depende para o seu sucesso e continuidade (CHIAVENATO, 2004, p.59).

O mecanismo que da vida as organizações se chama "pessoas", não apenas seus funcionários, mas de todos os seus parceiros, investidores, fornecedores, clientes e colaboradores, de modo genérico as empresas são fundadas por pessoas. Fica fácil entender a importância que as pessoas assumem dentro da organização, a relevância que os funcionários de uma empresa exercem e os novos hábitos de gestão atribuídos pelas empresas para melhor aproveitamento e desenvolvimento de seus recursos humanos.

Por melhor que sejam as máquinas e softwares, de uma organização, nenhuma tecnologia no mundo seria capaz de substituir a importância do capital humano. São os servidores de uma empresa que fazem acontecer, eles tornam o alcance de metas algo possível. Todos os colaboradores possuem um papel e são relevantes para que a grande máquina chamada organização funcione para a obtenção de resultados. Todos os processos dentro de uma empresa geram em torno de pessoas. Seja a análise, criação, desenvolvimento, planejamento, distribuição, a venda e a pós venda de produtos, todas as atividades, por mais sofisticadas que sejam envolvem e dependem de pessoas para sua execução.

Não é mais possível falar sobre gestão de uma empresa deixando de lado a relevância dos seus funcionários. Para ter-se noção, ainda existem empresas que não valorizam seu capital humano, e quando ocorre essa desvalorização do capital humano as empresas por sua vez, vem deixando de ganhar por não investir em seus funcionários, por acumular empregados despreparados e desestimulados por falta de investimento na gestão de pessoas.

Estas organizações, que não investem em seus colaboradores, insistem na verdade em uma gestão voltada para o produto e não para pessoas, uma gestão que prioriza a produção em grande escala e não a satisfação de seus clientes, afinal se realmente importassem com a satisfação de seus clientes, investiriam na capacitação de seus funcionários e em um ambiente de trabalho produtivo e encorajador.

Felizmente, este é um quadro que vem se revertendo ao decorrer dos anos. O reflexo de tudo isso é que nunca se falou tanto nas novas práticas de gestão de pessoas, na atração e retenção de talentos, na motivação dos colaboradores, na melhoria dos benefícios e salários. Hoje é muito mais comum se ouvir falar na importância do capital humano de uma organização, e encontrar empresas que investem de modo efetivo em seus colaboradores. Mas não basta apenas falar, é necessário reconhecer em ações, a relevância das pessoas no processo produtivo. Investir em recrutamento e seleção, treinamento, desenvolvimento, e mais tarde, reconhecer e recompensar as pessoas por suas atividades.

1.4 A relação entre autoestima e o colaborador na organização

No mercado atual entre as organizações observa-se que há uma nova gestão surgindo. O modelo de gerência focado em resultados e com planejamentos táticos está se tornando ultrapassado, isto vem ocorrendo porque o colaborador está cada vez mais capacitado.

Segundo Kondo (1995), uma empresa é feita de pessoas. Levando em consideração esse pensamento, desde 1995 vem havendo uma mudança gradativa na cultura organizacional e na gerência de fato das empresas. Os treinamentos e benefícios começaram a ganhar mais importância. A mudança na sociedade já exige empresas que valorizem o colaborador.

Há algum tempo, vem surgindo notícias sobre a falta de mão de obra especializada para algumas áreas, ou então uma grande rotatividade em um setor onde não é comum essa entrada e saída de pessoas. O principal argumento nessas notícias é que não há colaboradores especializados para preencher o quadro de

funcionários no mercado de trabalho, mas o que realmente entra em tese é, e as empresas? Será que elas estão especializadas para receber pessoas? Estão preocupadas a valorizar seus funcionários ao invés desses preocupar com o lucro?

Pensando dessa forma, podemos analisar que, para empresa obter uma boa produtividade, precisa obter um bom quadro de funcionários, e isso só acontece se os mesmos estiverem motivados. As pessoas não estão mais se importando em pedir demissão e ir para outras empresas onde são valorizadas.

Líderes podem demonstrar respeito sendo corteses, ouvindo com atenção e compreensão, observando e evitando dar conselhos, sermões ou usar um tom condescendente e sarcástico. O problema aqui reside muitas vezes, que até agora não fomos receptivos à nossa parcela de respeito à vida, por isso não somos capazes de demonstrá-lo aos outros. Pior ainda, as pessoas que tem autoestima baixa tendem a se tornar controladoras, impacientes e verbalmente agressivas em situações de estresse. (ORNELLAS, 2012, p. 3).

Podemos identificar o quanto acentuado é a questão da autoestima no trabalho. As pessoas que têm baixa autoestima tendem a se comportar de maneira impaciente, agressiva, depressiva, o que dificulta o ambiente de trabalho.

Vários são os fatores que interferem no cotidiano de um trabalhador. Por mais que se pregue o jargão “problemas pessoais devem permanecer em casa, não devem ser levados para o trabalho”, é impossível dissociar aspectos afetivos e emocionais de uma pessoa tendo como parâmetro um espaço físico. A visão dicotômica “corpo e mente” antecede aos primórdios da psicologia como ciência, e a crença neste mito é no mínimo ingênua. O homem é uma unidade bi psíquica e social. Portanto, fatores externos encontram-se presentes, em maior ou menor intensidade, no cotidiano das organizações. À empresa, porém, um aspecto indissociável, um elemento integrante de sua estrutura psicológica, cujas implicações poderão ser observadas na dinâmica de suas atividades laborais. Tais alterações passam a desestabilizar sua qualidade de vida. Sua saúde física e mental fica comprometida, e a produtividade, a satisfação pelo trabalho como também o convívio social com os colegas diminuem. Isso gera um comprometimento da tão almejada qualidade, e o que parecia ser um elemento externo passa a ser um problema integrante na vida da empresa. Torna-se então fundamental uma linha de ação por parte da empresa na busca de um maior entendimento das particularidades do comportamento do trabalhador como indivíduo (TERTULIANO, 2001, p. 7).

Percebe-se que separar os problemas pessoais e profissionais é muito mais complexo. Envolve fatores psicológicos e sociais, ou seja, se a pessoa está com problemas pessoais, isso afeta o seu comportamento social, o que inclui o ambiente de trabalho. E é esse fator final que o departamento pessoal de uma empresa deve dar importância: a autoestima de seus colaboradores.

Se a baixa autoestima de seus colaboradores afeta o seu ambiente de trabalho e relacionamento profissional, a empresa tem que estar em sintonia com o colaborador e trata-lo com suas particularidades, não somente como um número na organização.

Por mais que as políticas de recursos humanos da empresa sejam corretas, não há êxito sem o empenho profissional dos funcionários. E esse empenho é resultado da autoconfiança de cada um dos colaboradores e do nível de motivação que o indivíduo se encontra. Nenhuma organização vence somente por ser superior na produção ou na tecnologia, vence principalmente pelo desempenho dos funcionários. Investir em pessoas, se torna elemento de vida ou morte nas organizações.

1.5 Clima organizacional pela ótica do trabalhador

O clima organizacional é um conjunto de propriedades mensuráveis dentro de um ambiente de trabalho, seja ele direta ou indiretamente pelos indivíduos que convive diariamente dentro de uma organização, sendo assim trazendo motivação ou influencia no comportamento de seus colaboradores. Indicador de satisfação dos membros de uma empresa em relação as tais aspectos tais como: políticas de Recursos Humanos, modelo de gestão, processo de comunicação, valorização profissional.

Administrar pessoas é sem dúvida o elemento central de todo gestor. No momento da contratação, o colaborador é escolhido por seu currículo profissional e por sua desenvoltura por meio do processo seletivo da empresa. Porém só conhecemos de fato o funcionário selecionado quando ele inicia suas atividades na execução do dia a dia. E com isso surge a confiança ou a desconfiança por parte do gestor.

A visão ótica do trabalhador começa a partir deste ponto, o gestor por sua vez deve entender o perfil do colaborador, onde possa analisar o funcionário e assim sucessivamente motivar os seus.

Os administradores de Recursos Humanos de hoje já não podem considerar os empregados como meros recursos de que a organização ao seu prazer. Precisam trata-los como pessoas que impulsionam a organização, como parceiros que nela investem seu capital humano e que tem a legitima expectativa de retorno do seu investimento (GIL 2001,p.78).

O que acontece que é que muitas empresas não estão aplicando uma gestão de pessoas eficaz o que acaba ocorrendo a desvalorização e tornando o colaborador desmotivado, que suporta a situação mecanicamente, as vezes apenas pelo salário, tornando o ambiente de trabalho massacrante e assim ocorrendo estresse. O que era pra ser um ambiente prazeroso com inovações, críticas construtivas, melhorias e até mesmo um reconhecimento. Acaba se tornando um ambiente insatisfatório por não ter o reconhecimento devido no trabalho.

A organização empresarial detém uma grande parcela de culpa nesse mundo corrido e estressado em que vivemos, tornando- se cada vez mais necessário elas adequarem o foco da empresa não somente no resultado, pressionando o colaborador como se fosse um número, mais valorizando o mesmo para que ele possa sentir- se motivado e contribuir muito mais com a organização.

2 MOTIVAÇÃO E O MERCADO DE TRABALHO

O conceito de motivação é atento para as mudanças que ocorrem de uma forma geral no mundo e que causaram relevante impacto no mundo corporativo. Tais mudanças contribuem para o entendimento que o papel de motivação nas organizações exercem dentro do contexto empresarial do século XXI.

Bergamini (2006) afirma que o tratamento entre patrão de funcionário ocorre basicamente por meio de coerção.

Neste novo cenário, a motivação e o comprometimento são vitais para o desenvolvimento de um profissional de alta performance. Nesta era globalizada onde a tecnologia avança cada vez mais e vivemos em constantes mudanças. O mercado de trabalho torna-se mais exigente e competitivo. Com toda essa exigência, o fator humano passa a ser o principal diferencial da organização.

A motivação é a chave principal para o crescimento e desenvolvimento da empresa e é de grande importância que se encontre métodos para captar e reter talentos nas organizações. Buscando os colaboradores mais competentes e qualificados do mercado de trabalho e mantê-los, então surge a necessidade da motivação nas organizações.

As maiorias das empresas nos últimos anos reconheceram a necessidade de manter seus funcionários motivados para que possam atingir sempre os melhores resultados.

É necessário que os funcionários de uma organização estejam diariamente sendo motivados a alcançar novas metas, atingindo seus objetivos da melhor forma.

Todo empregado motivado faz o melhor para alcançar seus objetivos e metas, cria novas condições de conduzir de forma eficaz os imprevistos, a motivação move resultados, cumpre metas, atinge resultados e faz com que facilite as dificuldades do dia a dia no trabalho.

As organizações que investem nos funcionários com maior recurso, deve-se atentar em atitudes que motivam esses colaboradores, tais como:

- Ter um ambiente de trabalho positivo.

- Mostrar para o colaborador como seu trabalho pode afetar os resultados da companhia.
- Fazer com que o mesmo se identifique com a identidade corporativa, aplicando feedbacks construtivo de seu desempenho.

A motivação é a pressão interna surgida de uma necessidade, também interna, que excitando (via eletroquímica) as estruturas nervosas, origina um estado energizador que impulsiona o organismo à atividade iniciando, guiando e mantendo a conduta até que alguma meta (objetivo, incentivo) seja conseguida ou a resposta seja bloqueada [...] (SOTO, 2002, p. 118).

A motivação trata-se de forças propulsoras de cada colaborador e estão associadas à produtividade e desempenho, desta forma, o crescimento da motivação nas organizações para o trabalho se dá pela possibilidade de atender as expectativas da empresa.

Diretores e gestores gostariam de ver seus funcionários motivados integrados com os objetivos da empresa de forma que atinge o máximo de produtividade, assim os colaboradores tornam-se um meio para busca dos fins definidos pela organização. Para isso ocorra deve-se trabalhar com trocas, ou seja, mostrar ao profissional o que a organização precisa, seguindo esse caminho e fazendo adaptações para cada caso, os profissionais da empresa apresentarão maiores resultados e trarão grandes ganhos significativos para a organização.

2.1 Políticas de motivação no ambiente organizacional

O setor de Recursos Humanos é responsável por criar e consequentemente manter condições favoráveis para o florescimento da motivação nos colaboradores, estimulando-os a atingir seus objetivos tanto profissionais, como pessoais. Deve certificar também da credibilidade, da sintonia e do respeito de representantes do capital e dos representantes do trabalho, não desmotivando-os com o ambiente, condições ou políticas inadequadas e propiciando condições financeiras, físicas e psicológicas a ponto que se permita atingir um nível médio de qualidade de vida muito próximo ao que desejam.

Listamos fatores primordiais para um visível comprometimento com a saúde e motivação dos indivíduos:

- Capacitar gestores para desenvolverem uma liderança inteligente e eficaz para com toda a empresa.
- Num momento de alta tecnologia, a valorização do humano em seus aspectos e necessidades mais básicos é o que trará inovação para superarmos e irmos além do que esses tempos pedem.
- Fazer seleção de pessoas baseada em competências comportamentais, psicológicas e valores alinhados à cultura da empresa é fundamental para agregar pessoas capazes de gerenciar as próprias emoções, sem prejudicar a si próprio ou a equipe.
- Dispor de recursos que ofereçam apoio e acolhimento no sofrimento emocional; inclusão de práticas que ajudem o colaborador a lidar com pressão e ansiedade diárias.
- Promover palestras de esclarecimento sobre saúde e bem-estar; desenvolver ações como combate ao tabagismo, obesidade, uso excessivo do álcool, diminuição do consumo de sal, estimular o uso das escadas e prática de exercícios físicos; promover eventos que envolvam a família dos colaboradores.
- Estimular o combate ao analfabetismo, incentivando a leitura, e proporcionando cursos de alfabetização aos que necessitam, inclusive a serem somados numa avaliação de desempenho.

2.2 Motivação e autoestima

Analisar como as pessoas se comportam torna-se necessário o estudo da motivação humana e, para isso, é preciso conhecer as necessidades humanas para compreender o comportamento e utilizar a motivação como meio para melhoria da qualidade de vida nas organizações.

Quadro 2 - A diferença entre autoestima e motivação.

AUTOESTIMA	MOTIVAÇÃO
Relação do colaborador com ele próprio. Como se vê, como acredita que os demais veem, destaca seus pontos fortes e os que não de melhorar.	Engloba todos os fatores que mantêm o entusiasmo do colaborador com seu trabalho, sejam desafios, remuneração e até um propósito maior.

Fonte: Elaborado pelos próprios autores.

A motivação ganhou importância já na década de 1950, quando gestores perceberam que alguns fatores influenciavam na produtividade e nos resultados da empresa. Segundo o autor, a motivação humana no ambiente de trabalho é sensível a diversos fatores, entre os quais, as limitações culturais, os objetivos individuais, os métodos de diagnósticos e intervenção variáveis de análise. (SANTOS, 2014, p. 123).

Sobre motivação

É tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, ou pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico. Esse impulso pode ser provocado por um estímulo externo e pode também ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo. (CHIAVENATO, 2010).

A palavra motivação representa uma razão que mobiliza as pessoas na busca de algo, estando diretamente ligada ao comportamento das pessoas por oferecer a energia necessária para praticar a ação e atingir seus objetivos. Segundo Robbins (2008), acredita que a motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta.

Motivação e a autoestima estão relacionadas ao próprio indivíduo, sendo que um estado negativo o deixa desmotivado e se sentindo mal em sua vida profissional e pessoal. Esse sentimento geralmente ocorre em razão de dinheiro, benefícios, sobrecarga e a relação com o seu superior.

As empresas devem criar mecanismos e ferramentas que potencialize os profissionais, trazendo bem estar para os colaboradores. Os líderes não devem explorar ou negatar os liderados e os feedbacks devem ser construtivos e assertivos. Em hipótese alguma se deve-se assediar moralmente os colaboradores,

em caso que for necessário advertir sobre alguma atitude do trabalhador, isso deve ser feito em particular.

Em contrapartida, o colaborador deve contribuir para seu próprio bem estar, mantendo sempre pensamentos positivos, confiança em si mesmo, manter relacionamentos sadios com seus colegas de trabalho, sempre fazer uma auto avaliação sobre seus atos e objetivos para poder melhorar os pontos negativos. Sendo assim o colaborador organiza seu tempo para ser mais produtivo e eficiente. Com a vida profissional organizada e alinhada, sobra tempo para as atividades pessoais que também são fundamentais.

3 PESQUISA: AUTO ESTIMA E AMBIENTE DE TRABALHO

Segundo Gil (1999, p.42), a pesquisa tem um caráter pragmático, é um "processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos".

A pesquisa foi realizada com amostragem de 80 (oitenta) trabalhadores da área da indústria e comércio da cidade de Araraquara, todos acima de 18 anos.

Para o desenvolvimento da pesquisa utilizamos questionários com perguntas quantitativas e qualitativas aplicados aos funcionários que trabalham no comércio e na indústria de Araraquara. As entrevistas foram aplicadas no mês de Setembro de 2019, entre homens e mulheres, distribuídos dentro das empresas pesquisadas nas áreas administrativa, operacionais, manutenção e limpeza, vendas entre outros.

O objetivo das entrevistas foi o de levantar as características dos colaboradores, bem como os fatores motivacionais envolvidos no desempenho de suas tarefas, para perceber seu relacionamento com a autoestima e para identificar, desta maneira, as medidas que podem ser consideradas para a melhoria do desempenho e da produtividade.

Com relação à sua finalidade, a pesquisa pode ser considerada, de um lado, como exploratória, em razão do levantamento bibliográfico realizado que, segundo Gil (2007, p. 41) "tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses" e por outro lado como descritiva, pois "a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis", porque identifica os fatores que influenciam no clima organizacional por meio de entrevistas coletadas com os próprios trabalhadores.

Convém salientar que, dentre os problemas envolvidos na coleta de dados, pudemos observar que alguns apresentaram dificuldades no preenchimento em virtude de instrução deficitária, pela pesquisa ser muito extensa e, por outro lado, porque alguns temiam que poderiam comprometer seu futuro na empresa, por se

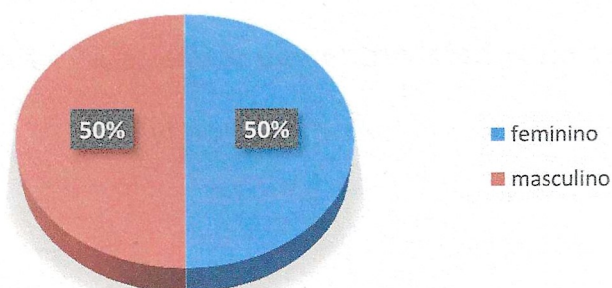
tratar de perguntas que dependendo das respostas podem prejudicar a imagem da empresa.

Uma vez compilados e analisados, os dados nos proporcionaram uma visão geral acerca das características e opiniões dos entrevistados que são demonstrados a seguir.

3.1 Análise e comentários dos resultados da pesquisa

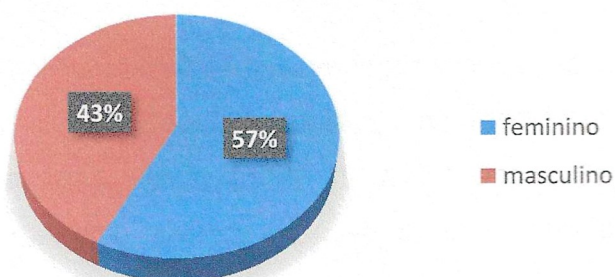
Foram entrevistados 80 (oitenta) pessoas, sendo 40 que trabalham no comércio e 40 trabalham na indústria. Os dados pessoais dos entrevistados constam a seguir:

Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

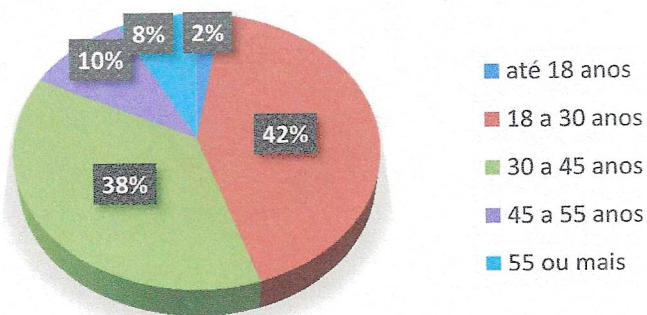
Gráfico 2 - Sexos dos entrevistados no comércio



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

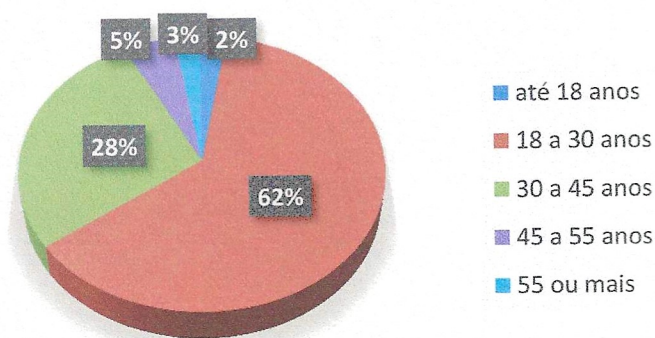
Conforme os gráficos acima, identificamos que dos entrevistados da indústria 50% são mulheres e 50% homens. Já nos entrevistados do comércio, 57% são mulheres e 43% são homens. Podemos analisar que foram entrevistados quase a mesma proporção dos sexos, variando apenas 7% nos comerciários.

Gráfico 3 - Faixa etária dos entrevistados na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Gráfico 4 - Faixa etária dos entrevistados no comércio

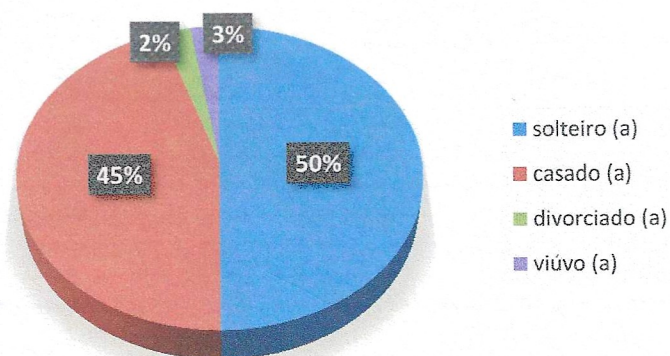


Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Nos gráficos acima identificamos variações entre as idades e os sexos dos entrevistados. Tanto na indústria, quanto no comércio, a maior parte entrevistada possuem a faixa etária entre 18 a 30 anos. Seguindo com uma porcentagem um pouco menor a faixa de 30 a 45 anos. A minoria estão nos até 18 anos ou mais que 45 anos. Portanto podemos concluir que a maioria é constituída

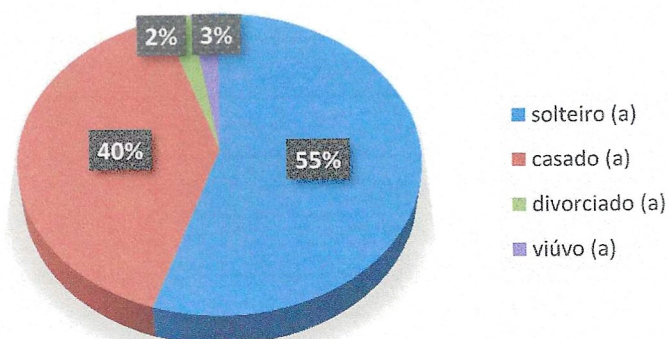
de trabalhadores jovens, não podendo esquecer que existem colaboradores de todas as idades, podendo se destacar como a maioria.

Gráfico 5 - Estado civil na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

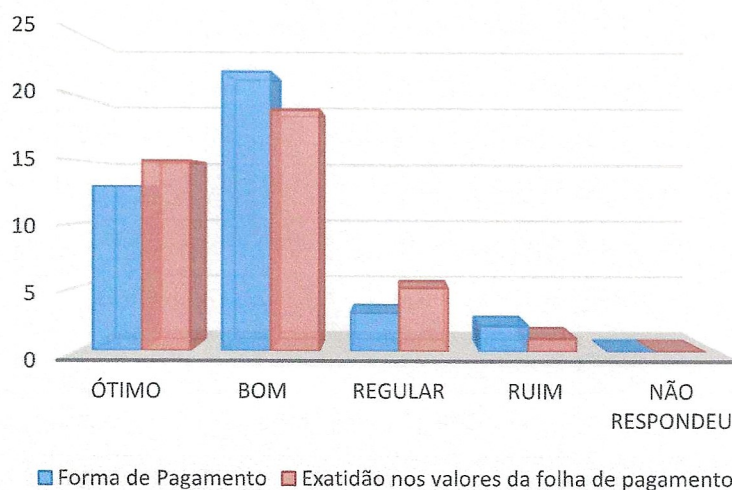
Gráfico 6 - Estado civil no comércio



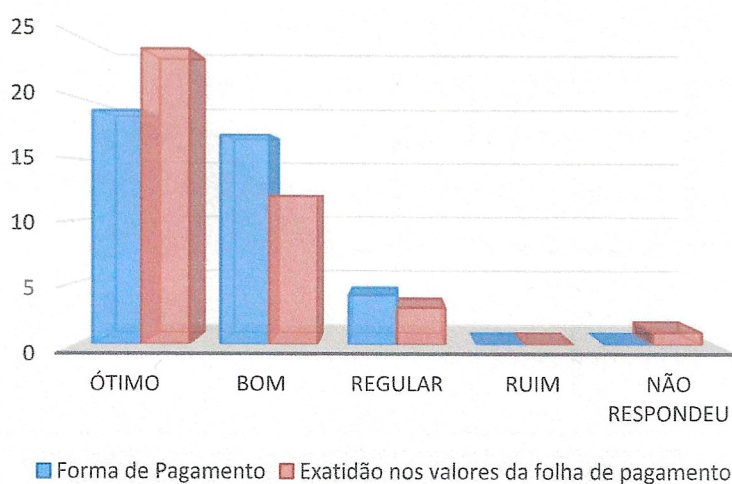
Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Nos dados da pesquisa aplicada podemos verificar que nos entrevistados existem várias condições de relacionamentos, apontando um destaque entre os solteiros que representam a maioria na indústria com 50% e no comércio 55%. Pois a grande maioria são jovens. Os entrevistados casados representam 45% na indústria e 40% no comércio. A minoria está entre os divorciados e viúvos.

Segue abaixo os resultados quanto ao sentimento do trabalhador dentro da organização:

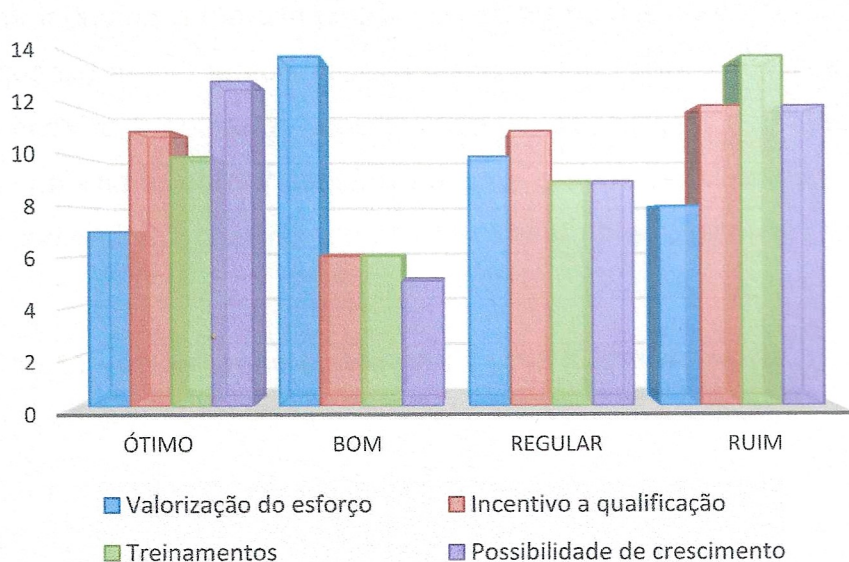
Gráfico 7 - Política salarial no comércio

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

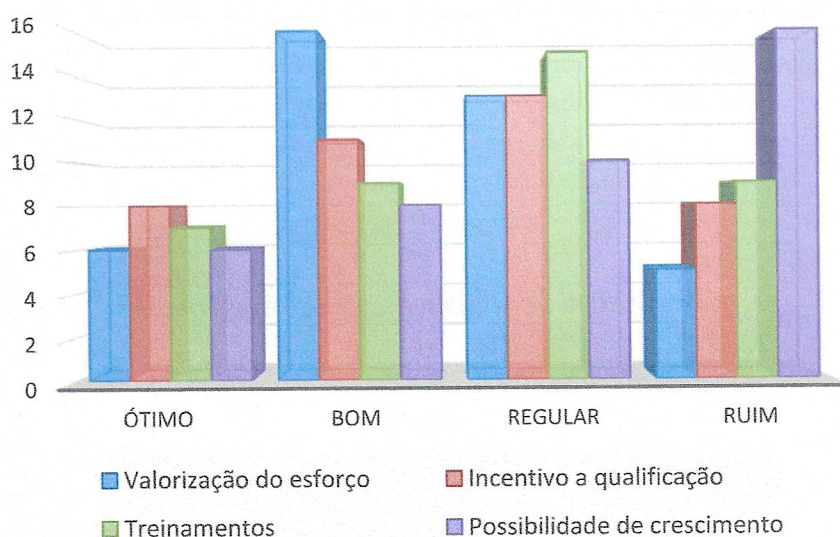
Gráfico 8 - Política salarial na indústria

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Podemos dizer que os entrevistados em geral estão satisfeitos com a política de salário nas organizações que trabalham. Porém na indústria o índice de satisfação foi maior. Enquanto na indústria classificaram a maioria como ótimo, no comércio a maioria optou por bom.

Gráfico 9 - Oportunidade de carreira na indústria

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

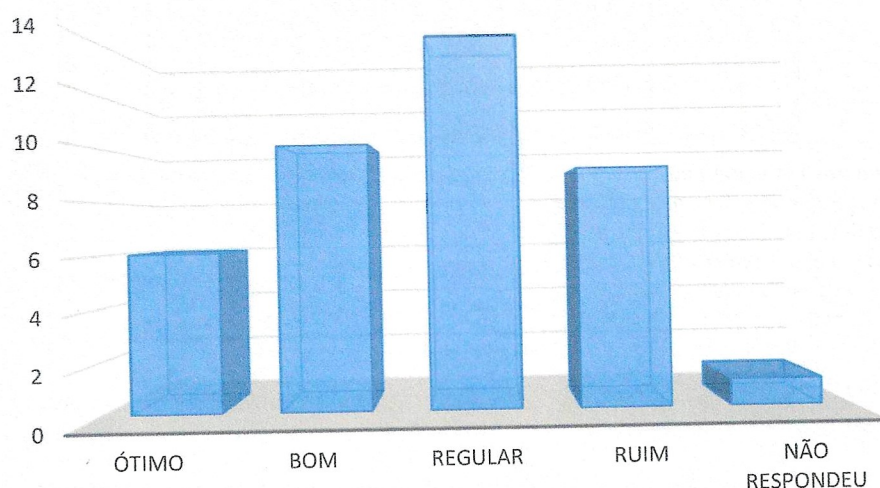
Gráfico 10 - Oportunidade de carreira no comércio

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Podemos observar uma grande diferença entre os colaboradores da indústria e comércio. Em relação a valorização do esforço no comércio e na indústria a maioria classificou como bom. Porém há uma quantidade significativa que classificaram como regular e ruim. Neste quesito indústria e comércio estão

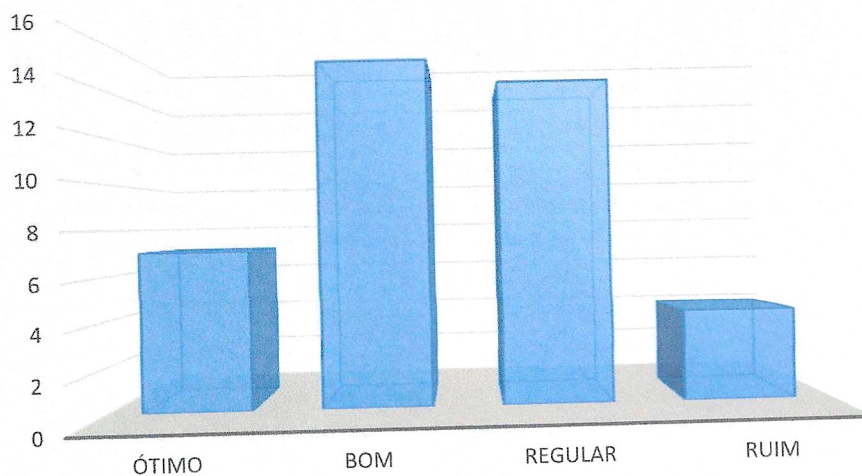
próximos. Já em relação a incentivo a qualificação houve grandes diferenças entre os setores, na indústria a maioria classificou como ruim e no comércio a maioria foi regular. No quesito treinamentos, repetiu como no incentivo a qualificação, indústria como ruim e comércio regular. A possibilidade de crescimento na indústria a maioria classificou como ótimo, porém seguido de uma grande porcentagem que optaram por ruim. No comércio a possibilidade de crescimento predominou como ruim.

Gráfico 11 - Informação sobre mudanças e melhorias na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

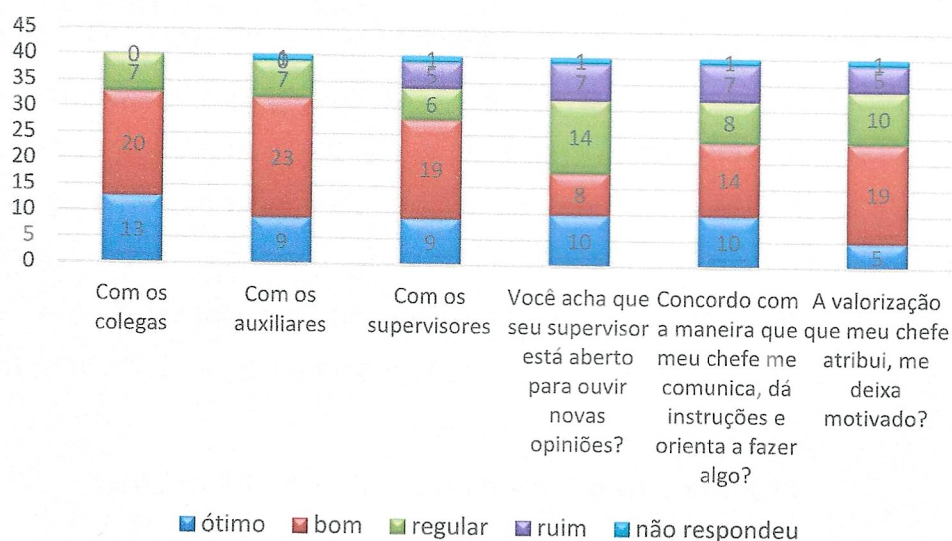
Gráfico 12 - Informação sobre mudanças e melhorias no comércio



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

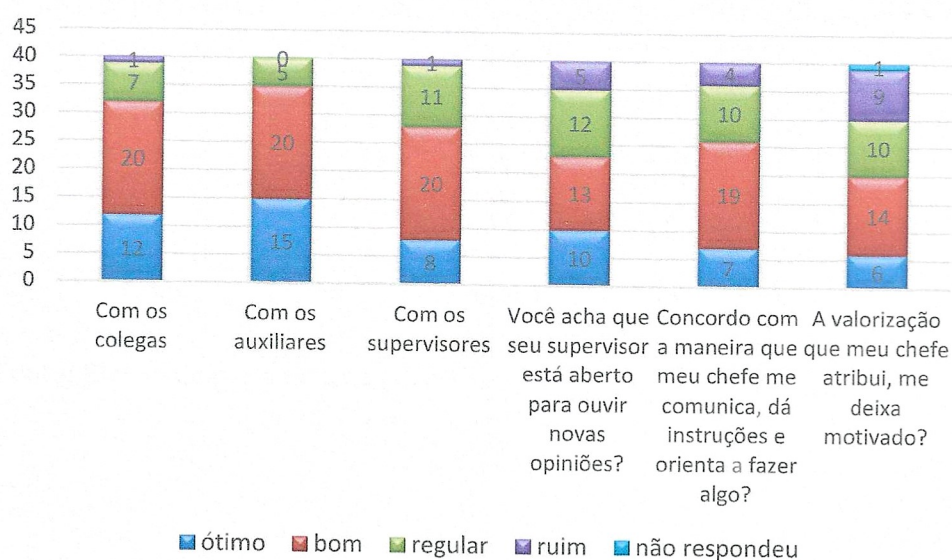
Em relação às informações sobre mudanças e melhorias que as organizações passam, na indústria a maioria optou como regular, já no comércio ficou entre bom e regular. Notamos que as empresas não são claras em suas informações.

Gráfico 13 - Relacionamento no trabalho na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Gráfico 14 - Relacionamento no trabalho no comércio



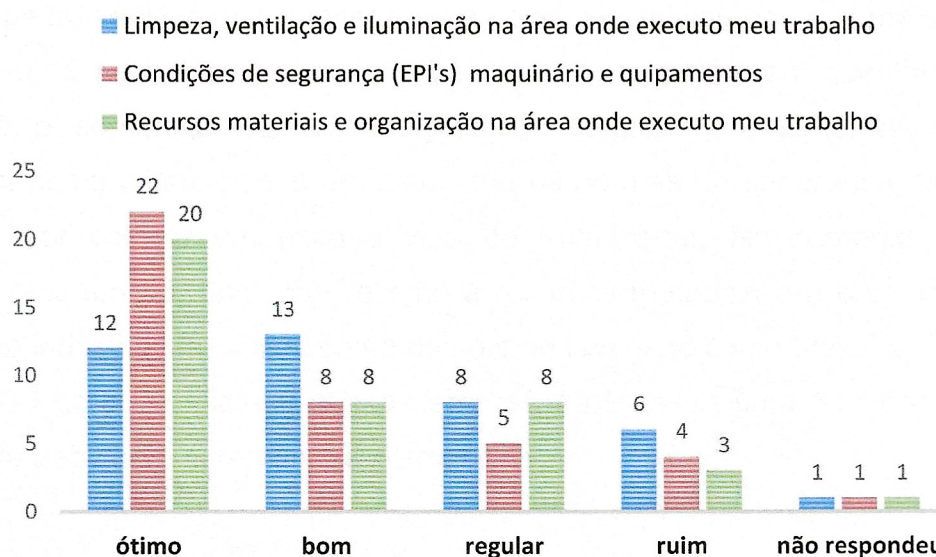
Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O gráfico acima mostra que relativamente as pessoas mantem um bom relacionamento dentro da organização. Com os colegas de trabalho tanto no comércio quanto na indústria classificaram como bom, seguido de ótimo. Já com os auxiliares e supervisores a maioria optou por um bom relacionamento. Quando questionado se o supervisor está aberto para novas opiniões, na indústria predominou regular, seguido de ótimo e no comércio ficou entre bom e regular.

No questionamento sobre a maneira que o chefe comunica as instruções e orienta: a indústria classificou como bom seguido de ótimo, e no comércio a maior parte como bom, seguido de regular. Na pergunta: a valorização que meu chefe me atribui me deixa motivado, notamos que ambos setores disseram ser bom.

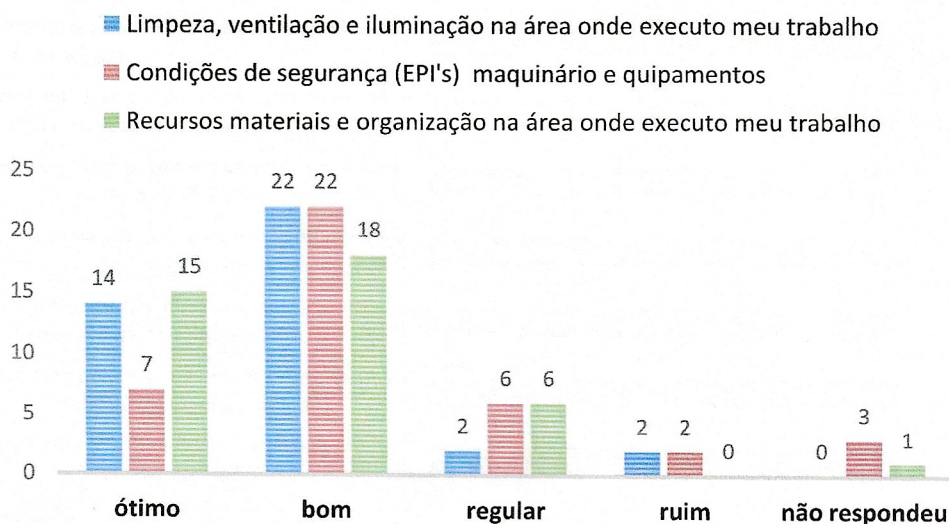
No geral, mostra um bom relacionamento no trabalho, onde a autoestima organizacional está relacionada com o ambiente saudável em que convive diariamente. A valorização que os supervisores atribuem a seus colaboradores motivam sua produtividade, para alcançar os objetivos estabelecidos.

Gráfico 15 - Ambiente de trabalho na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Gráfico 16 - Ambiente de trabalho no comércio

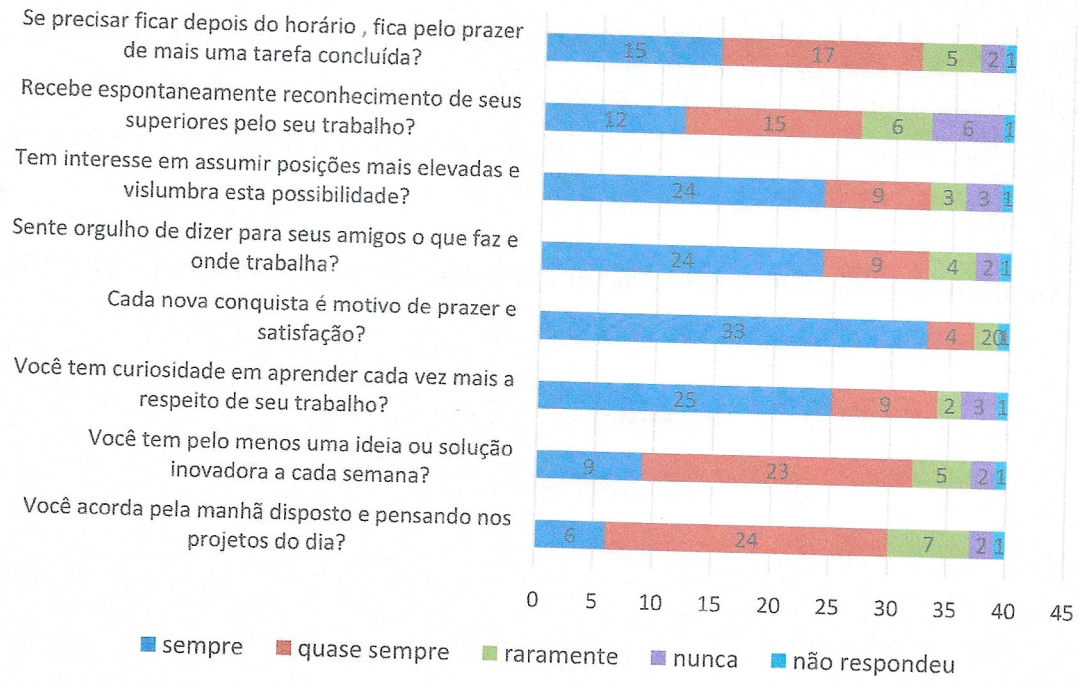


Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Analisando o gráfico acima em relação ao ambiente organizacional, no quesito limpeza, ventilação e iluminação, o comércio avaliou como a maioria entre bom e ótimo, já na indústria a maioria escolheu bom, porém em quantidade bem menor que o comércio. Sobre condições de segurança e EPIs: na indústria predominou como ótimo, pois é um setor que as normas de segurança devem ser priorizadas por colocar em risco a vida do trabalhador. No comércio sobre a segurança optaram por bom. Em relação a recursos materiais e a organização no ambiente na indústria classificou como ótimo e no comércio como bom.

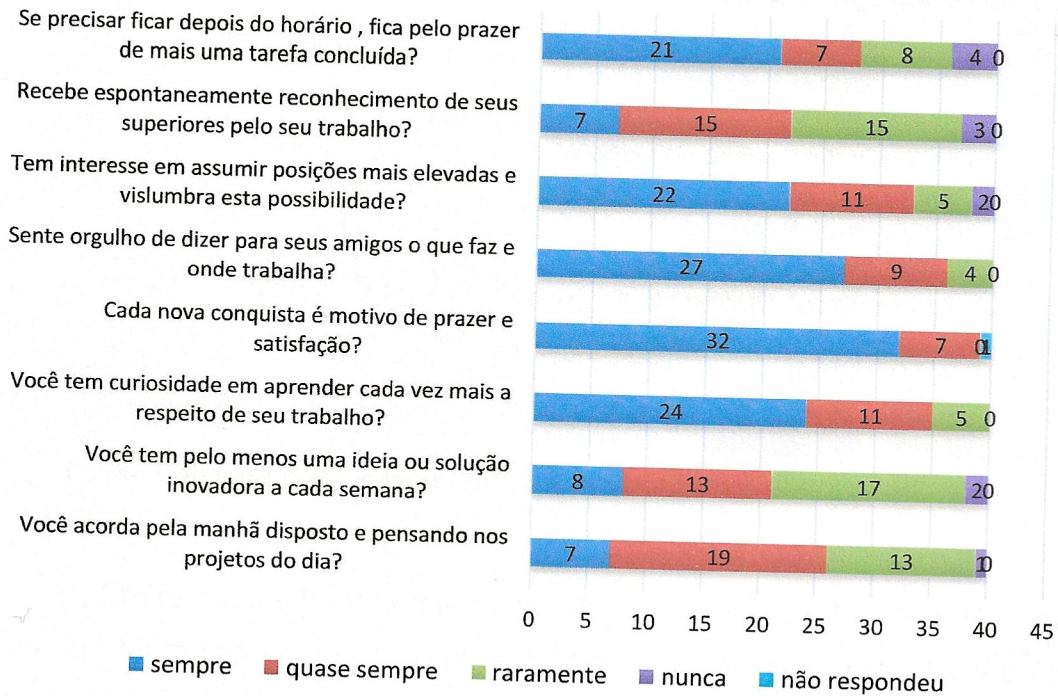
No geral, verifica-se que as empresas oferecem uma boa condição no ambiente de trabalho e cumprem as normas.

Gráfico 17 - Motivação na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

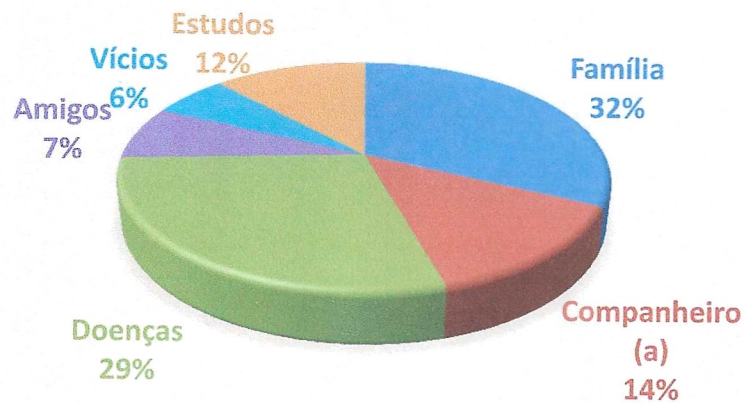
Gráfico 18 - Motivação no comércio



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

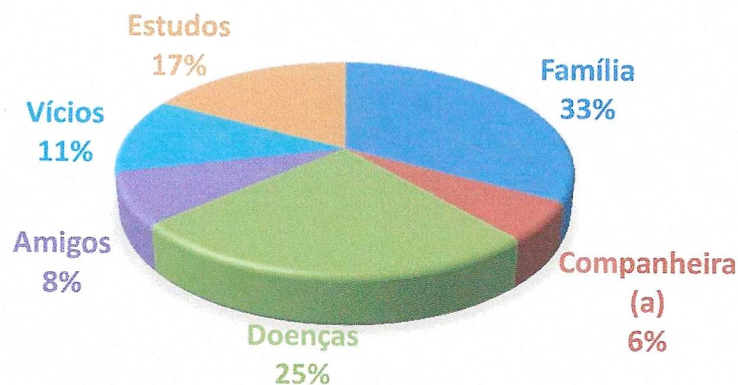
De um modo geral, a maioria dos entrevistados apresentam um comprometimento com as funções atribuídas no seu local de trabalho, sentem-se orgulhosos e capazes para alcançar a realização profissional. A motivação mais assídua foi que a cada nova conquista gera prazer e satisfação ao colaborador. Comparando a indústria e comércio ambos equipararam nas respostas.

Gráfico 19 - Fatores externos que mais interferem a produtividade na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Gráfico 20 - Fatores externos que mais interferem a produtividade no comércio

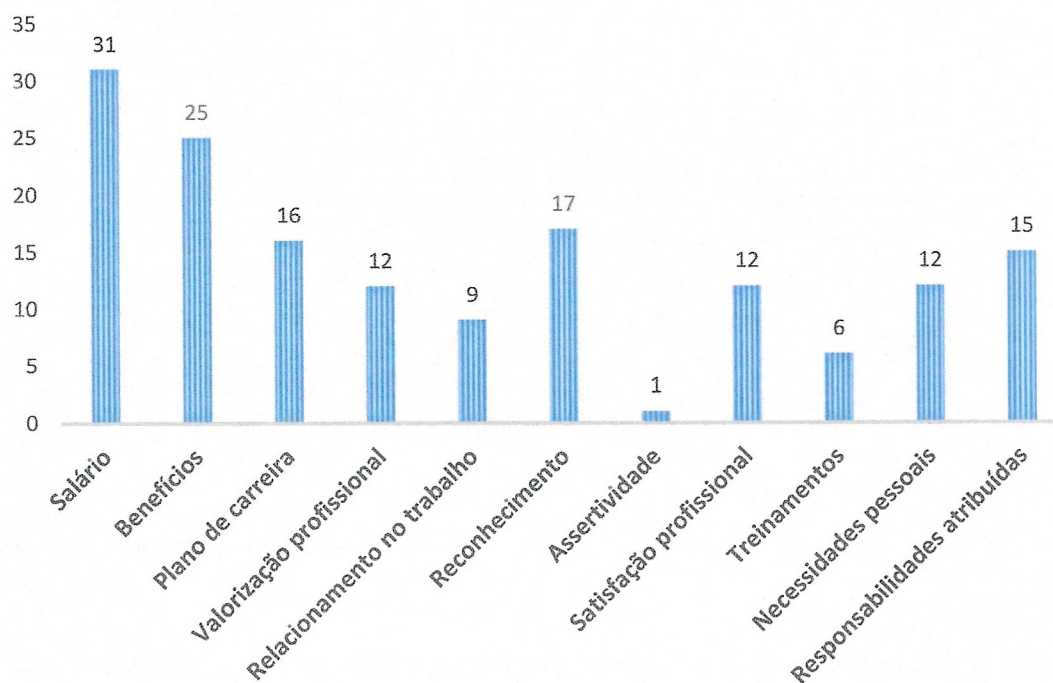


Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

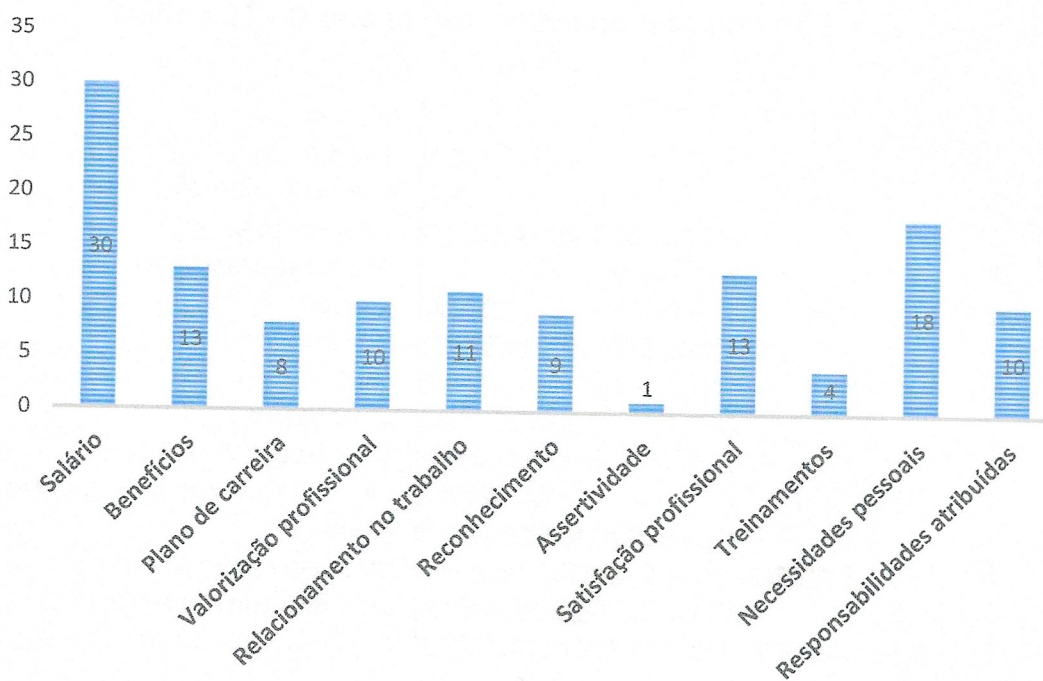
Em relação a fatores que mais interferem na produtividade do trabalhador vemos que tanto indústria quanto comércio assinalaram que a família é o fator que mais interfere, seguido de doenças. O terceiro fator mais votado difere nos setores,

na indústria foi companheiro e no comércio estudos, podemos verificar que quem atua no comércio se preocupa mais com os estudos.

Gráfico 21 - O que te motiva no trabalho na indústria



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

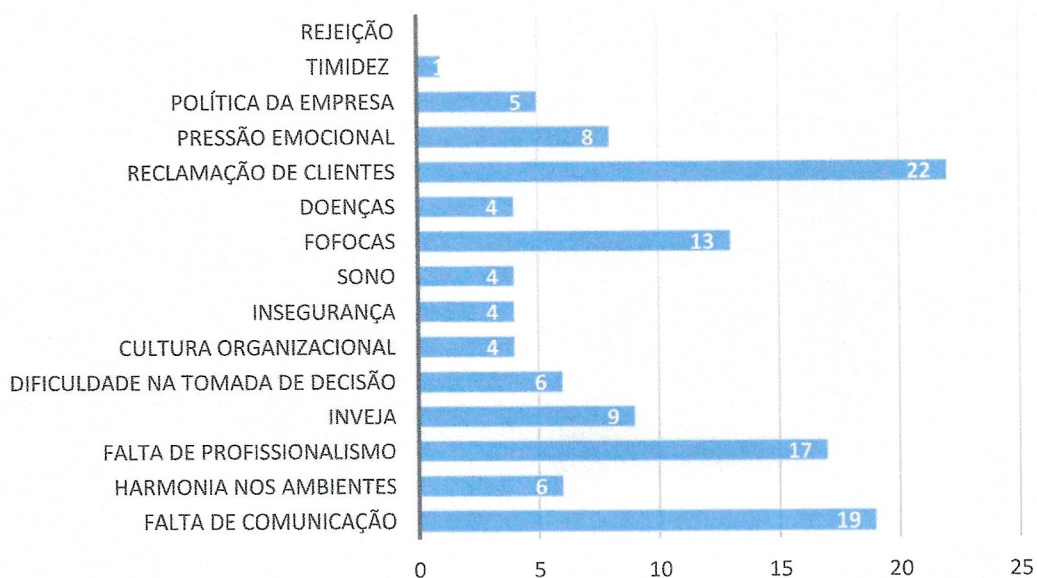
Gráfico 22 - O que te motiva no trabalho no comércio

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

No gráfico em questão podemos constatar que o salário é o fator que mais motiva em ambos setores. Por outro lado, na indústria outros fatores foram mais votados como: benefícios, plano de carreira e reconhecimento, já no comércio esses fatores não foram relevantes. De um modo geral, percebemos que os trabalhadores da indústria são mais motivados por possuírem certos fatores que são importantes para autoestima.

Gráfico 23 - O que te desmotiva no trabalho na indústria

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Gráfico 24 - O que te desmotiva no trabalho no comércio

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Segundo o gráfico analisado, os fatores mais desmotivadores, são distintos para comércio e indústria. No comércio o fator desmotivador mais assinalado foi a reclamação dos clientes, pois é um setor onde os colaboradores estão diretamente ligados aos clientes finais, sendo necessário prevalecer a vontade do cliente. Já na indústria que é um setor onde não tem contato direto com o cliente, o fator mais desmotivador assinalado foi a falta de comunicação e falta de profissionalismo, pois dentro desse setor um serviço complementa o outro, então a comunicação é imprescindível.

Um fator bastante assinalado em ambos os setores foi a fofoca, pois é um fator que prejudica o ambiente de trabalho, e isso deve ser controlado pelos supervisores.

CONCLUSÃO

O desenvolvimento desta pesquisa foi movido pela seguinte questão: qual a influência da autoestima dentro do ambiente organizacional, com o objetivo de identificar como o colaborador está sendo motivado e quais fatores influenciam na sua produtividade.

Considerando os dados levantados, foi possível enxergar o que de fato afeta a vida do colaborador na organização e se isso influencia na qualidade de vida do trabalho, tanto do indivíduo estudado, quanto dos outros contidos no ambiente organizacional. Com os dados apresentados foi analisado tanto a autoestima pessoal quanto organizacional, direcionando o objetivo específico que é o ambiente de trabalho.

Relacionando as definições sobre o tema estudado e a pesquisa realizada, percebemos que os colaboradores estão satisfeitos com as condições físicas, treinamentos e qualificações oferecidos pela organização. Atualmente o mercado está aquecido e competitivo, pressionando aos empresários à busca incessante por uma gestão de melhoria contínua e mais adequada em seu ramo de atividade.

Pode-se perceber que as pessoas estão sempre procurando melhorar profissionalmente, tanto dentro como fora da empresa. Foi possível verificar que o salário, os benefícios e o reconhecimento por parte dos diretores, gerentes e supervisores ainda são os fatores mais relevantes dentro da organização que leva a motivação profissional. Observa-se que a baixa autoestima reflete em sua produtividade e no clima organizacional. Também identificamos que os fatores que geram maior insatisfação é um ambiente propício às fofocas e à falta de comunicação, levando à desmotivação e criação de um clima desfavorável para o trabalho em equipe.

Sendo assim, comparando os segmentos pesquisados o comércio e a indústria, pode-se verificar algumas diferenças entre os colaboradores, umas nítidas e outras quase imperceptíveis. Seria razoável que os colaboradores da indústria estivessem em grande vantagem em relação ao comércio, porém nos dados apresentados e nas amostras coletadas, vemos que a diferença não é tão grande.

Os trabalhadores no geral estão motivados, porém sempre procuram crescimento e reconhecimento profissional.

Foi possível perceber que “autoestima” é uma experiência subjetiva, pois as pessoas a ampliam ou diminuem na medida em que seus contextos sociais contribuem positiva ou negativamente sobre elas. O termo pode ser substituído por “bem-estar psicológico”, embora seja mais frequente o uso da denominação “autoestima”.

Por essa razão as pessoas passam a encarar seu trabalho como uma “vocação”, e não apenas como uma carreira ou um emprego. Conseqüentemente, seu trabalho passa a ser não apenas em função de recompensas financeiras ou de promoção, mas também para a realização pessoal que o trabalho proporciona. O resultado pode ser um desempenho mais elevado.

As emoções positivas podem também contribuir para que os indivíduos a enfrentem as situações adversas mais proativamente, a resistirem mais aos sintomas de estresse e se disporem ao desenvolvimento de relações sociais produtivas, o que resulta na melhoria do clima social e incremento da produtividade.

Embora a pesquisa tenha indicado, de modo geral, que os colaboradores entrevistados estejam satisfeitos com as condições de trabalho em suas respectivas empresas, o estudo sobre a influência e importância da autoestima no ambiente organizacional leva-nos a acreditar que este pode ser mais bem gerenciado se esse fator for considerado pelos gestores e, assim, considerarem o capital humano como o principal elemento para a melhoria dos produtos.

Isso nos leva a considerar que, como característica fundamental, os gestores sejam capacitados para lidar com os colaboradores a fim de extrair o maior proveito possível de sua mão de obra.

A pesquisa nos levou a concluir que a autoestima é uma das características mais importantes para a vida do trabalhador, pois interfere diretamente na produtividade no trabalho. Isso deve ser trabalhado com ênfase entre os gestores no geral, tanto comércio, como indústria. Treinamentos, técnicas devem ser aplicadas para trabalhar o emocional dos colaboradores. Afinal, uma autoestima positiva beneficia não só o colaborador como todos os que estão a sua volta, propiciando uma ambiente favorável para o trabalho.

Um colaborador motivado é o reflexo das políticas, treinamentos e oportunidades oferecidas pela empresa.

Vivemos em um momento em que o próprio conceito de humanidade é colocado em questão. Sobre os direitos universais dos seres humanos, inclusive de trabalho digno que faça jus ao nome, muitas vezes, questões até internacionalmente acordadas, mas debilmente ensinadas e frequentemente violadas revelam que há muito o que conhecer, aprender, refletir, denunciar, dialogar e transformar em gestão de pessoas, reconhecendo e fortalecendo os colaboradores, os trazendo para mais perto não só como empresa, mas como recursos humanos, propriamente o que são.

REFERÊNCIAS

- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- BERNARDO, Whendeo. **A importância do capital humano**. 2014. Disponível em: <<http://www.abtdpr.com.br/artigos/a-importancia-do-capital-humano>>. Acesso em: 02 set. 2019.
- BONET, José Vicente. **Sé amigo de ti mismo**: manuais de autoestima. Maliaño (Cantabria,España): Sal Terrae, 1997.
- BRANDEN, Nathaniel. **Autoestima no trabalho**: como pessoas confiantes e motivadas constroem organizações de alto desempenho. Tradução de Maria Luiza. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- CORDES, C.; DOUGHERTY, T. **A review and integration of research on job burnout**. Academy of Management Review. n. 18. 1993.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- KONDO, Yoshio. **Motivação humana**. São Paulo: Gente, 1995.
- MORAES, Vanderlei. **Guia completo do clima organizacional**. 2015. Disponível em: < <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/clima-organizacional/> > . Acesso em: 18 ago. 2019.
- ORNELAS, Marcos. **Clima organizacional versus autoestima**. Revista RH.com.br. 2007. Disponível em: <<http://www.rh.com.br/Portal/Motivacao/Entrevista/4832/clima-organizacional-versus-auto-estima.html>>. Acesso em: 31 ago. 2019.
- RIBEIRO, Débora. **Autoestima**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/autoestima/>>. Acesso em: 28 ago. 2019.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. Reimpressão 2008.
- SANTANA, Ana Lucia. **Auto-estima**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/psicologia/auto-estima/>>. Acesso em: 14 ago. 2019.
- SANTOS, Clezio Saldanha dos. **Introdução à Gestão Pública**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

SOTO, E. **Comportamento organizacional: o impacto das emoções**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TERTULIANO, Kirian Luiz; DIAS, Edmilson Antonio. **Questionário Kanban emocional, produtividade, qualidade e erro**. São Paulo: Atlas, 2001.

APÊNDICE 1 – Pesquisa – Autoestima no ambiente organizacional

QUESTIONÁRIO – AUTOESTIMA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Data: ____ / ____ / ____

Sexo:

Feminino Masculino

Idade:

Até 18 anos 18 á 30 anos 30 á 45 anos 45 á 55 anos 55 ou mais

Estado civil:

solteiro(a) casado(a) divorciado(a) viúvo(a)

Qual empresa você trabalha? (se não puder identificar, diga qual o ramo de atividade que ela atua).

Qual a sua função na empresa?

Prezado colaborador:

Por se tratar de uma pesquisa de mercado sobre qualidade de vida no ambiente de trabalho, queremos saber a sua opinião em relação à gestão da empresa com os seus colaboradores.

1. Para cada questão dê uma resposta que mais se aproxime da maneira que você se sente no trabalho:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
<i>Política salarial</i>				
Forma de pagamento				
Exatidão nos valores da folha de pagamento				
<i>Oportunidade de carreira</i>				
Valorização do esforço				
Incentivo a qualificação				
Treinamentos				
Possibilidade de crescimento				
<i>Comunicação interna</i>				
Informação sobre mudanças e melhorias				
<i>Relacionamento no trabalho</i>				
Com os colegas				
Com os auxiliares				
Com os supervisores				

Você acha que seu supervisor está aberto para ouvir novas opiniões?				
Concordo com a maneira que meu chefe me comunica, dá instruções e orienta a fazer algo.				
A valorização que meu chefe atribui, me deixa motivado?				
<i>Ambiente de trabalho</i>				
Limpeza, Ventilação e iluminação na área onde executo meu trabalho				
Condições de segurança (EPI's) maquinário e equipamentos				
Recursos materiais e organização na área onde executo meu trabalho				
Você acha que seu supervisor está aberto para ouvir novas opiniões				

2. Quanto à motivação, escolha umas das quatro respostas para cada questão:

	Sempre	Quase sempre	Raramente	Nunca
a) Você acorda pela manhã disposto e pensando nos projetos do dia?				
b) Você tem pelo menos uma ideia ou solução inovadora a cada semana?				
c) Você tem curiosidade em aprender cada vez mais a respeito de seu trabalho?				
d) Cada nova conquista é motivo de prazer e satisfação?				
e) Sente orgulho de dizer para seus amigos o que faz e onde trabalha?				
f) Tem interesse em assumir posições mais elevadas e vislumbra esta possibilidade?				
g) Recebe espontaneamente reconhecimento de seus superiores pelo seu trabalho?				
h) Se precisar ficar depois do horário, fica pelo prazer de mais uma tarefa concluída?				

3. Quais fatores externos que mais interferem na produtividade do seu trabalho?

(pode assinalar mais de uma alternativa)

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Família | <input type="checkbox"/> Amigos |
| <input type="checkbox"/> Companheiro(a) | <input type="checkbox"/> Vícios |
| <input type="checkbox"/> Doenças | <input type="checkbox"/> Estudos |

4. O que te motiva no ambiente de trabalho? (Pode assinalar mais de uma alternativa)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Salário | <input type="checkbox"/> Assertividade |
| <input type="checkbox"/> Benefícios | <input type="checkbox"/> Satisfação profissional |
| <input type="checkbox"/> Plano de carreira | <input type="checkbox"/> Treinamentos |
| <input type="checkbox"/> Valorização profissional | <input type="checkbox"/> Necessidades pessoais |

- Relacionamento no trabalho Responsabilidades atribuídas
 Reconhecimento

5. O que mais desmotiva no ambiente de trabalho? (Pode assinalar mais de uma alternativa).

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Falta de comunicação | <input type="checkbox"/> Fofocas |
| <input type="checkbox"/> Harmonia nos ambientes | <input type="checkbox"/> Doenças |
| <input type="checkbox"/> Falta de profissionalismo | <input type="checkbox"/> Reclamação de clientes |
| <input type="checkbox"/> Inveja | <input type="checkbox"/> Pressão Emocional |
| <input type="checkbox"/> Dificuldade na tomada de decisão | <input type="checkbox"/> Política da empresa |
| <input type="checkbox"/> Cultura organizacional | <input type="checkbox"/> Timidez |
| <input type="checkbox"/> Insegurança | <input type="checkbox"/> Rejeição |
| <input type="checkbox"/> Sono | |

6. Fale sobre os principais fatores que geram mais satisfação no seu trabalho.
