

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FERNANDO ISAAC MELO DOS SANTOS

MOTIVAÇÃO PARA O TRABALHO: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DE
MANUTENÇÃO AUTOMOTIVA

NATAL-RN
2016

FERNANDO ISAAC MELO DOS SANTOS

MOTIVAÇÃO PARA O TRABALHO: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DE
MANUTENÇÃO AUTOMOTIVA

Artigo Científico apresentado ao Centro
Universitário do RN como requisito final para
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientadora: Prof^a Msc Karina de Oliveira Costa
Bezerra

NATAL-RN
2016

FERNANDO ISAAC MELO DOS SANTOS

MOTIVAÇÃO PARA O TRABALHO: ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DE
MANUTENÇÃO AUTOMOTIVA

Conceito Final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Profª Msc. Karina de Oliveira Costa Bezerra
Orientadora

Profª Dra. Catarina da Silva Souza.
Membro Examinador

Profº Msc. Franklin Marcolino de Souza
Membro Examinador

AGRADECIMENTO

Primeiramente agradecer a Deus pela oportunidade de nascer, através da criação Divina.

Agradecer a minha querida mãe Maria Goretti Soares de Melo que sempre está comigo nas alegrias e tristezas e é o meu porto seguro.

Em memória dos meus queridos avós Baltazar Nascimento de Melo e Eunice Soares de Melo que hoje estão na casa do Pai, que contribuíram para minha formação desde da infância até a conclusão da Graduação.

Aos meus Familiares que sempre estiveram me apoiando em prol da minha formação.

Aos meus amigos que construí ao longo da faculdade com carinho, Alice Hevilla, Camila Brito, Cynara Galvão, Maria Jerlani e Gilmara Adelino.

“O meu muito obrigado pelos meus mestres, que me deram a devida sabedoria de ser quem sou hoje; a quem me lapidou com caprichos e atenção para que hoje eu pudesse orgulhar cada um deles” (Augusto Cury).

A minha namorada Janemary Carvalho que sempre esteve comigo nesse momento de formação e aprendizado.

A mãe igreja que sempre me acolheu e me motivou em prol do serviço e formação acadêmica, despertando-me para o conhecimento, e os amigos da igreja que sempre torceram por mim nesse objetivo da graduação em administração.

A instituição UNI-RN, no seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro do ensino superior e acendrando confiança no mérito e na ética.

A minha querida orientadora Karina Oliveira Bezerra, pelo suporte e conhecimento, além do incentivo para êxito do TCC e o novo horizonte de aprendizado trilhando novos caminhos.

Aos que mesmo com a distância torceram muito por mim.

Agradeço ao meu Pai Celeste Deus e a nossa senhora minha intercessora que sempre me motivaram para viver a vida, e devemos buscar sempre uma esperança e uma luz tendo consciência de amor ao próximo.

A Palavra agradecer é reconhecer o valor do outro.

RESUMO

O presente artigo objetivou avaliar a importância da motivação. Foi analisado o perfil do colaborador de uma empresa de manutenção automotiva, através de questionário com perguntas fechadas e abertas. O universo pesquisado foi dos vinte colaboradores da empresa Megadiesel, para verificar a atual situação e as perspectivas de mudanças através de práticas motivacionais. Para embasamento teórico foram utilizados os autores: CHIAVENATO, DAFT, GIL, ROBBINS, SCHERMERHORN; HUNT; OSBORN, a fim de reconfirmar as teorias apresentadas no artigo. Sabendo-se que as pessoas passam mais tempo no trabalho é necessário que esse ambiente seja humanizado. A motivação objetiva mover o indivíduo para que ele tenha vontade de fazer algo novo, causando engajamento e influenciando os demais colaboradores e clientes, atraindo assim novos ganhos para ambos.

Palavras-Chave: Motivação – Qualidade de Vida – Práticas Motivacionais

ABSTRACT

This article evaluate the importance of motivation. Developer of the profile was analyzed in an automotive maintenance company, through a questionnaire with closed and open questions. The group studied was twenty employees of the company Megadiesel, to check the current situation and prospects for change through motivational practices For theoretical background the authors were used: CHIAVENATO, DAFT, GIL, ROBBINS, SCHERMERHORN; HUNT; OSBORN, to reconfirm the theories presented in the article. Knowing that people spend more time at work is necessary for this environment to be humanized. The objective motivation move the individual so that he has wanted to do something new, causing engagement and influencing other employees and customers, thus attracting new gains for both.

Key words: Motivation – Quality of life - Motivational Practices

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REVISÃO DA LITERATURA	8
2.1	MOTIVAÇÃO	8
2.1.1	Teoria da Motivação	8
2.1.2	Motivação e satisfação no trabalho	10
3	METODOLOGIA	10
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	10
3.2	DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO DO ESTUDO	11
3.3	PLANO DE AMOSTRAGEM	11
3.4	PLANO DE COLETA DE DADOS	12
4	DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	12
4.1	DADOS INFORMATIVOS: IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DO COLABORADOR	12
4.1.1	Gênero	12
4.1.2	Identificação da idade	13
4.1.3	Símbolo da renda per capita	14
4.1.4	Formação dos colaboradores	15
4.1.5	Meio de locomoção	15
4.1.6	Situação civil	16
4.1.7	Dependentes	17
4.2.	DADOS AVALIATIVOS	17
4.2.1	Motivação dos profissionais dentro da organização	18
4.2.2	Sobre melhorias no trabalho realizado e formas	18
4.2.2	Quais os principais problemas?	18
4.2.3	Você está satisfeito com seu cargo?	20
4.2.4	Satisfação com a remuneração	20
4.2.5	O Agente motivacional	21
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
	REFERÊNCIAS	25

1 INTRODUÇÃO

Atualmente o comportamento dos trabalhadores em relação ao seu estado de motivação no ambiente de trabalho sofre mudanças no que refere aos ambientes. Muitas mudanças ocorrem no estado motivacional dos funcionários nas organizações, quem antes estava em um emprego apenas pelo salário, onde trocava sua força de trabalho pelo valor monetário que recebia ao longo da jornada de trabalho, hoje observa-se que os trabalhadores só irão exercer determinada função pelo entusiasmo e, se forem capazes de atingir um alto desempenho, tendo sensação de satisfação pessoal em seu trabalho.

Os seres humanos possuem competências que influenciam o comportamento dos indivíduos dentro da organização no que se refere a motivá-los para o trabalho, mostrando aos mesmos que se todos estiverem motivados a empresa crescerá em seus resultados.

A relação de trabalho aumenta a qualidade de vida dos trabalhadores. A motivação dos empregados é definida como a energia que leva a participação de novos desafios para os colaboradores de modo que os mesmos aumentem seu nível de competitividade na atmosfera da empresa e do cliente final.

No decorrer das jornadas de trabalho, é notório o tempo gasto mais no trabalho do que em casa. Com isso o trabalho se torna a segunda casa, enquanto a casa torna-se um local de descanso.

A motivação está diretamente ligada a produtividade dos colaboradores. Nesse sentido, é condição para auxiliar no desenvolvimento contínuo da pessoa que desempenha determinada função na organização empresarial. Diante desse contexto, a pesquisa pretendeu responder a seguinte questão: Como o estímulo motivacional influencia os profissionais em uma empresa de manutenção automotiva?

O segmento de manutenção automotiva hoje é composto por 100 mil estabelecimentos em todo Brasil um mercado com muitas oportunidades no que se refere a empreender no setor de oficinas.

A empresa MegaDiesel foi fundada no dia 30 de novembro de 1999, e iniciou suas atividades no ano seguinte. A ideia inicial da empresa era realizar serviços de manutenção em bombas e bicos injetores de máquinas e geradores. Ao

longo do tempo o diretor viu a necessidade de expandir o mercado com vendas e reparos de turbinas.

No ano de 2001, a empresa ampliou suas fronteiras abrindo sua filial no município de Parnamirim, região metropolitana de Natal. Em 2007, a empresa começou a trabalhar com órgãos públicos e licitações públicas.

Atualmente a empresa possui 20 funcionários em seu quadro, e durante os anos de 2015 e 2016 passou por uma transição de endereço para o município de Parnamirim na avenida Piloto Pereira Tim, 2260, no bairro Centro. A proposta da mudança foi ampliar o mercado e atrair novos clientes devido à localização da empresa que está em uma BR que liga a outros estados do Brasil.

O objetivo da empresa MegaDiesel no mercado é continuar crescendo de forma vertical agregando valor aos seus serviços e sendo referência no segmento de serviços em motores diesel no estado.

Desta forma, objetivo geral deste artigo é avaliar o nível de motivação dos colaboradores da empresa, levando em consideração a qualidade de vida dos mesmos, reconhecimento de suas competências, valorização do profissional e as consequências dessa motivação.

Este artigo teve os seguintes objetivos específicos: Identificar o perfil do funcionário; analisar a motivação dos profissionais dentro da organização; observar a satisfação dos colaboradores; sugerir um plano de estratégias de motivação com benefícios.

O presente trabalho gerou conhecimentos tanto para a academia quanto para o profissional. A relevância social compreende a melhoria na sociedade e no mundo, oferecendo aos demais alunos dados de pesquisas sobre o estímulo motivacional que influencia os profissionais em uma organização.

O estudo de caso da organização pretende indicar melhorias na empresa no que se refere ao nível de motivação dos colaboradores e qualidade de vida no ambiente de trabalho, favorecendo o clima organizacional e as consequências disso pela empresa e os colaboradores. A pesquisa tem relevância social utilizando conhecimentos adquiridos pelos cursos de administração na sociedade, ampliando seu conhecimento e sua forma de produzir ciência, o profissional de administração e a capacidade de atuar em diversas áreas da sociedade e do mercado atual.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 MOTIVAÇÃO

No contexto histórico a década de cinquenta foi muito importante para o estudo do conceito de motivação, uma vez que foi marcada por grandes avanços tecnológicos, científicos e culturais, as pessoas deixaram de ser vistas apenas como mão de obra e passaram a ser vistas como seres organizacionais (ROBBINS, 2005 p.132).

Sabendo-se disso Nakamura define motivação como algo que impulsiona a sair da zona de conforto e ir atrás de algo seja para o lado pessoal ou profissional ela determina que:

A palavra motivação vem do Latin “motivus”, relativo a movimento, coisa móvel. Vemos que a palavra motivação, dada a origem, significa movimento. Quem motiva uma pessoa, isto é, quem lhe causa motivação, provoca nela um novo ânimo, e ela começa a agir em busca de novos horizontes, de novas conquistas. (Nakamura et all 2006, p.21)

A motivação contribui para a qualidade de vida e entusiasmo no trabalho, de modo que o colaborador vai dar um retorno maior para a empresa. Para tanto foram apresentados autores que defendem a teoria da motivação para reconfirmar a importância desta para as empresas e colaboradores.

Com esse conceito, a pesquisa objetivou apresentar como a motivação no local de trabalho pode promover o desenvolvimento dos seus colaboradores, melhorando assim o relacionamento interpessoal e aumentando o faturamento da empresa. Pois um indivíduo motivado dará uma nova energia para a organização, tendo como consequência um nível de comprometimento maior, influenciando assim os outros colaboradores e os clientes da organização servindo como um agente motivacional.

2.1.1 Teoria da Motivação

O mundo corporativo das empresas está a cada dia muito competitivo e exigente, as empresas precisam se preocupar com o capital humano e sua motivação no ambiente de trabalho, pois através desses elementos terão retorno em sua produtividade e contento para vida dos colaboradores.

Segundo Chiavenato, as pessoas são impulsionadas a agir de certa forma por algum motivo que afete o seu comportamento de maneira que eles possam alcançar a meta desejada, seja ela de ordem pessoal ou organizacional, este é o segredo para entender o comportamento humano. (CHIAVENATO, 2014, p. 414)

Para Dalfit (2010), as forças que influenciam a motivação podem ser de ordem interna ou externa, isso promove o entusiasmo e persistência para desenvolver o trabalho, desta forma o gestor poderá canalizar positivamente estas forças para alcançar as metas da organização.

De acordo com Schermerhorn, as teorias da motivação são divididas em duas categorias: teoria do conteúdo, que consiste nas necessidades do indivíduo como alimentação e comunicação; e a teoria de processo; que consiste na comparação social, ou seja, o indivíduo compara a contribuição e recompensa pessoal com a contribuição e recompensa dos outros, a motivação acontece na convivência entre os colaboradores. (SCHERMERHORN 1999 p.85,91)

Os dois fatores defendidos por Herzberg são os motivacionais, que estão relacionados ao trabalho em si, ou seja, as responsabilidades do profissional, os higiênicos dizem respeito as questões referentes ao ambiente, ou seja, o salário, benefício, as oportunidades e outras coisas, todavia os higiênicos não impedem que os funcionários fiquem desmotivados, por isso são necessários os fatores motivacionais.

Maslow defende a teoria da hierarquia das necessidades, que são separadas em cinco níveis: as fisiológicas, que são essenciais para a vida como respiração e alimentação, em seguida são as necessidades de segurança, do corpo e financeiro, amor e relacionamento, é uma necessidade de associação com familiares e amigos, estima, uma questão de reconhecimento interior e exterior, o topo da pirâmide é a realização pessoal, que é considerada uma motivação da satisfação da natureza humana. (SCHERMERHORN, 1999)

Conforme Vroom, o que conduz a motivação no trabalho é a vontade do indivíduo, que sugere que as pessoas só vão fazer o que podem quando quiserem fazê-lo, ou seja, se o colaborador tem a oportunidade de uma promoção e o gestor o estimula através de treinamentos, ambos alcançarão o objetivo, Vroom nomeou a teoria de expectativa. (SCHERMERHORN, 1999 p.91)

A teoria ERC Existência, Relacionamento e Crescimento; defendida por Alderfer, separa as fases motivacionais em três categorias, são elas: as

necessidades existenciais, ou seja, o desejo básicos do ser humano, as necessidades de relacionamentos interpessoais, que são relações de reciprocidade e as necessidades de crescimento, que se referem a ascensão de carreira, e auto estima. (SCHERMERHORN, 1999)

2.1.2 Motivação e satisfação no trabalho

A satisfação profissional é a demonstração que os colaboradores exprimem em relação ao trabalho, ser algo negativo ou positivo, irá depender da sua emoção e atitudes condicionadas ao seu comportamento no local do trabalho. Os componentes da satisfação são: a vontade da pessoa em trabalhar, comprometimento com organização, vestir a camisa da empresa, lealdade, confiança. (SHERMERHORN, 1999)

A satisfação profissional pode ser definida em dois aspectos: Satisfação absenteísmo e rotatividade, que significa que os profissionais satisfeitos tendem ter um menor índice de ausências e pouca rotatividade nos empregos e a satisfação no trabalho e desempenho, que tem a ver com causas e recompensas, ou seja, o colaborador trabalha objetivando o retorno seja ele financeiro ou de benefícios. (SHERMERHORN, 1999, p. 94-96)

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para elaboração do estudo, foi realizada uma pesquisa exploratória descritiva, quantitativa e qualitativa na forma de estudo de caso. O objetivo geral dessa pesquisa foi avaliar o nível de motivação dos colaboradores da empresa de manutenção automotiva Megadiesel, levando em consideração a qualidade de vida do trabalhador, reconhecimento das suas competências, valorização do profissional e as consequências dessa motivação.

A coleta de dados foi baseada em uma observação participante, onde o pesquisador aplicou os questionários no grupo observado e ainda participou de todas as atividades do estudo e investigação. Isso foi importante, pois possibilitou ao grupo estudado uma confiabilidade e um percepção diferente do que foi abordado

aos indivíduos de maneira que eles conhecessem o objetivo da pesquisa e as realidades encontradas no estudo. Desta forma para a observação participante é definida como:

Uma tentativa de colocar o observador e o observado do mesmo lado, tornando-se o observador um membro do grupo de molde a vivenciar o que eles vivenciam e trabalhar dentro do sistema de referência deles. (Lakatos, 2010 p.177)

De acordo com Gil (2008), a variável importante da pesquisa exploratória é a explicação a respeito dos pensamentos encontrados de modo que viabilize a sapiência sobre os estudos e as hipóteses da pesquisa. (GIL, 2008 p.27)

Conforme Gil (2008), a pesquisa descritiva procura interpretar os métodos sem a influência do pesquisador, por isso tendo uma visão das características do grupo de indivíduos para análise da coleta de dados. (GIL, 2008 p. 28)

Vergara fundamenta seu pensamento expondo aspectos de determinados grupos, tendo como base as relações de explicações, descrevendo os fenômenos. (VERGARA, 2000, p.47)

Segundo Gil, o estudo de caso é definido como sendo uma investigação de fatores Na realidade da motivação dos colaboradores dentro da empresa de uma forma detalhada. (GIL, 2008 p. 57)

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO DO ESTUDO

O estudo teve como universo de pesquisa os 20 colaboradores da empresa Megadiesel, e portanto classificando-se como pesquisa censitária, abordando-se questões relacionadas a idade, sexo, estado civil, renda, escolaridade e questões abertas relacionadas a satisfação, volume de trabalho e remuneração para que fossem levantadas as informações acerca do nível de motivação dos funcionários. (LAKATOS; MARCONI, 2003)

3.3 PLANO DE AMOSTRAGEM

O questionário possui questões de ordem socioeconômica e relacionadas ao nível de motivação, objetivando assim um melhor entendimento sobre a situação atual.

3.4 PLANO DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados foi utilizada uma pesquisa padronizada ou estruturada, que é definida como:

É aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são pré-determinadas e se realiza de acordo com o formulário elaborado e efetuado de preferência com pessoas selecionadas de acordo com o plano.

O motivo da padronização é obter dos entrevistados respostas as mesmas perguntas, permitindo que todas elas sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas e que as diferenças devem refletir diferenças entre os respondentes e não diferença nas perguntas. (LAKATOS, 2003)

A opção por esse método objetivou saber a opinião dos colaboradores quanto as informações sobre a empresa, garantindo um resultados homogêneo.

A abordagem de análise foram os métodos quantitativos e qualitativos, um mensurou os números analisados na estatística, e outro observou a realidade do objeto de estudo interpretando os indicadores de qualidade encontrados na pesquisa.

Ao concluir o questionário investigativo, as respostas foram inseridas no sistema de software Excel para que sejam tabuladas, chegando assim a conclusões de forma estatística, médias e percentuais.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. DADOS INFORMATIVOS: IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DO COLABORADOR

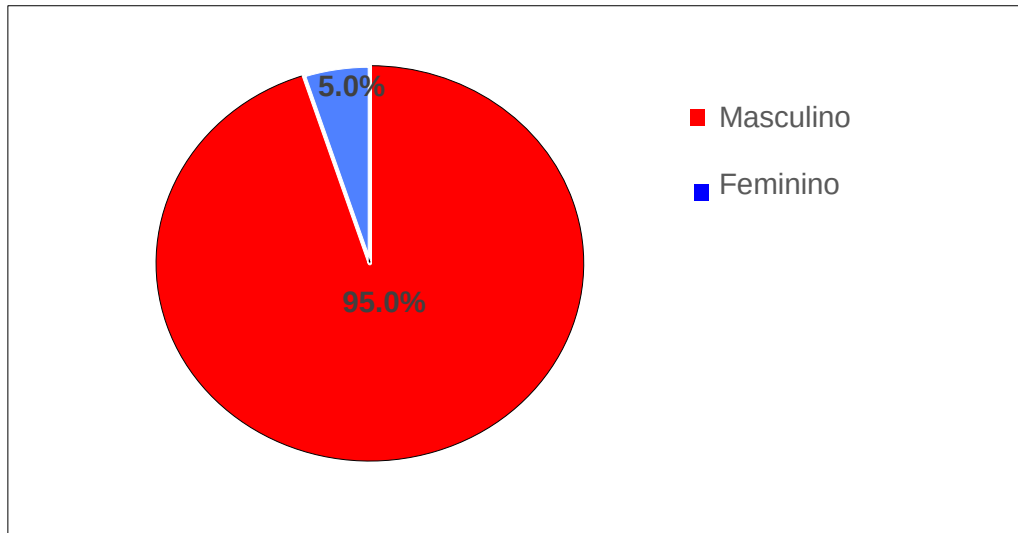
4.1.1 Gênero

É importante delinear na pesquisa o gênero do entrevistado uma vez que é possível identificar as principais razões motivacionais para continuar na empresa.

Neste questionário foi pesquisado o perfil dos colaboradores da empresa MegaDiesel, com relação ao gênero, faixa etária, renda familiar, escolaridade, meio de locomoção, estado civil, quantidade de filhos.

Com base no gráfico 01, observa-se um perfil listado como predominantemente masculino, sendo 95%, devido os homens ter maior concentração de trabalho em empresas de manutenção automotiva.

Gráfico 1: Sexo

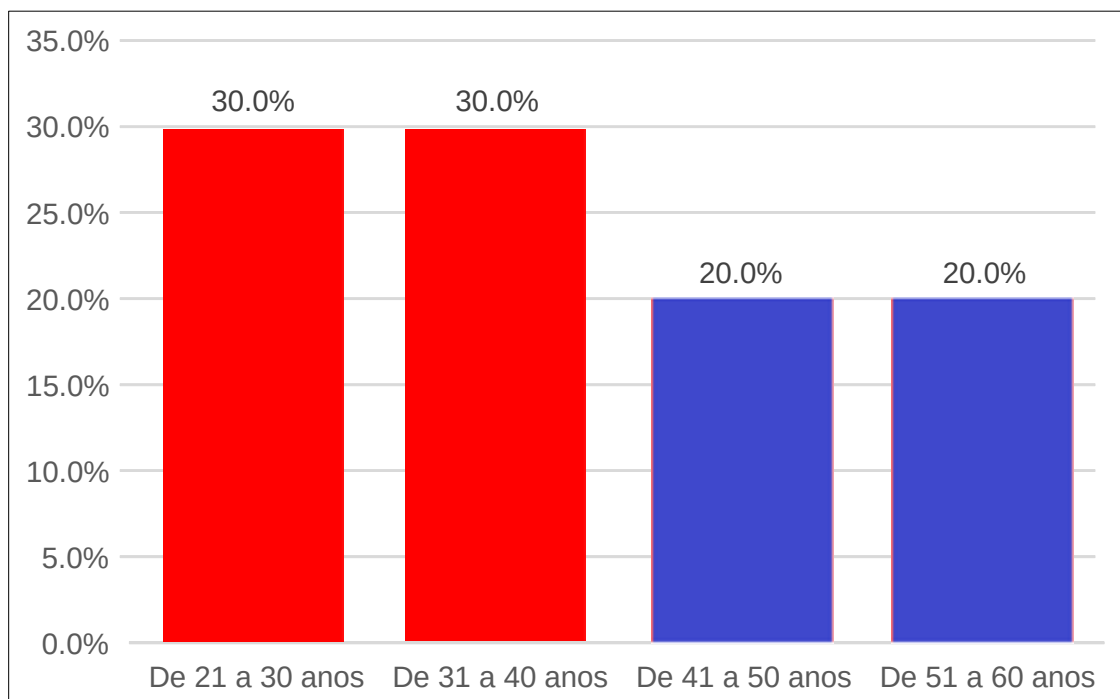


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.2 Identificação da idade

No gráfico 2, observa-se que é relativamente normal a faixa etária entre 21 e 40 anos iniciarem ou estarem no mercado de trabalho, e que consequentemente são as faixas que predominam nesse meio. Ainda sobre a idade, totalizando inclusive nesse caso, 30% do estrato. Levando em conta que a empresa recebe muitos aprendizes em mecânica e profissionais da área com uma média de 21 a 30 anos de idade.

Gráfico 2 Faixa etária

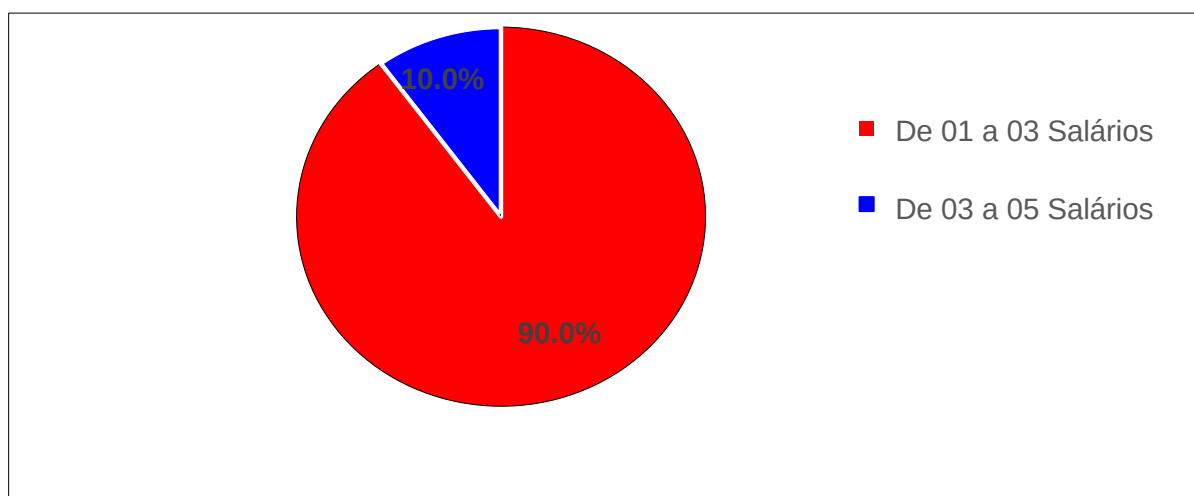


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.3 Símbolo da renda per capita

Durante a análise sobre a renda dos colaboradores (gráfico 3), foi percebido que gira em torno de 1 a 3 salários entre 90% dos entrevistados, para 10%, o salário tem média entre 3 e 5 salários.

Gráfico 3 Renda familiar

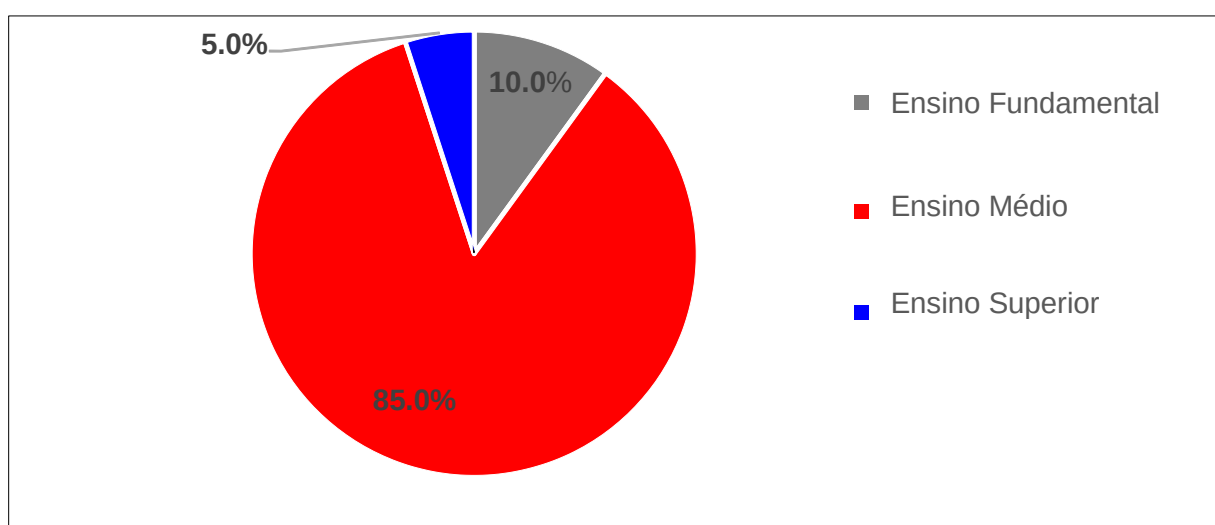


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.4 Formação dos colaboradores

E em relação á escolaridade (gráfico 4) pode-se observar que apesar de maioria estar com ensino médio completo 85% e 10% com ensino fundamental e 5% com ensino superior. Isso sugere que os colaboradores não se preocupam muito com formação acadêmica e desenvolvimento contínuo de sua formação.

Gráfico 4 Escolaridade

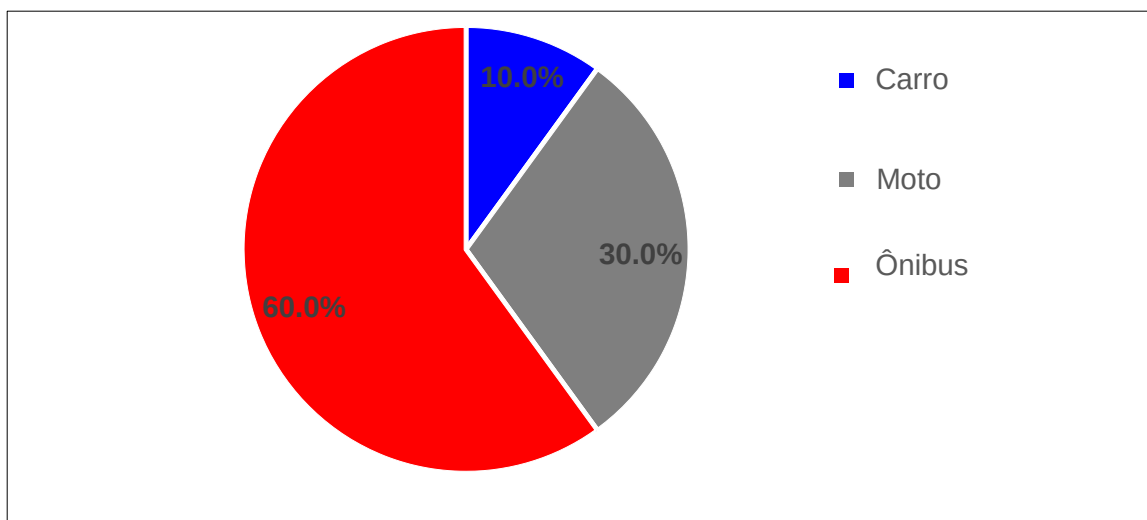


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.5 Meio de locomoção

No gráfico 5 foi observado o meio de locomoção do colaborador para o trabalho, sendo como principal o ônibus conforme investigação realizada com 60% e 30% as motos, 10% usam os carros.

Gráfico 5 Análise do transporte

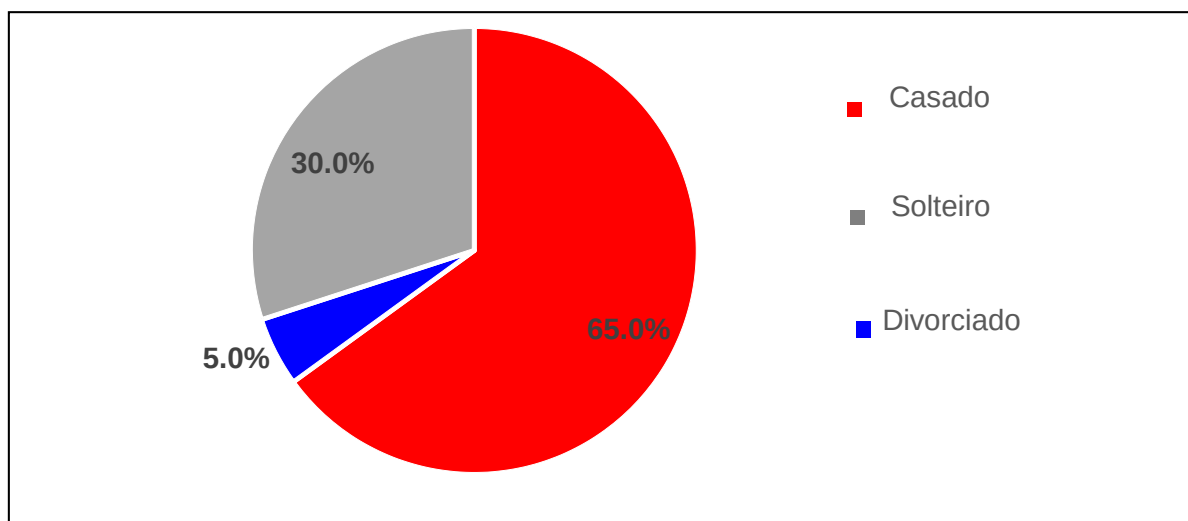


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.6 Situação civil

Percebe-se que o estado civil significa a união de uma pessoa com outra seja o matrimônio ou solteiro. Na análise no gráfico 6, realizada, levantou-se que 65% dos colaboradores são casados, 30% declararam-se solteiros e 5% divorciados.

Gráfico 6 Estado civil



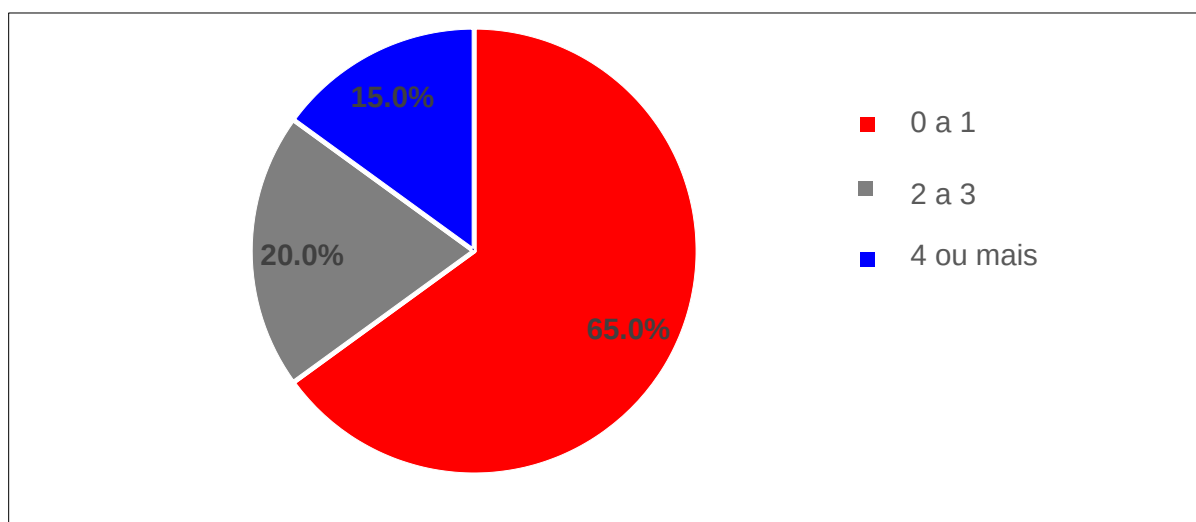
Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.1.7 Dependentes

As famílias brasileiras hoje estão mudando o seu comportamento em relação a quantidade de filhos, visto que a própria conjuntura econômica do país é um fator determinante para as pessoas não terem muitos filhos e sim controle de natalidade.

Encontrou-se que a quantidade de filhos dos colaboradores no gráfico 7, representa de 0 a 1, de 65%, 2 a 3 apresentou 20% e 15% com mais de 4 filhos.

Gráfico 7 Quantidade de filhos



Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

Nessa análise foi possível observar que os colaboradores estão inseridos em uma classificação censitária de sexo masculino, com faixa etária entre 21 e 40 anos casados com a renda entre 01 e 03 salários mínimos com uma quantidade de filhos pequena e formação escolar ensino médio que utilizam ônibus.

4.2. DADOS AVALIATIVOS

Nesse contexto entende-se sobre dados avaliativos as informações relacionadas a motivação dos colaboradores da empresa, nesse aspectos foram coletadas informações sobre o motivo pelo qual os funcionários permanecem na empresa, os pontos positivos e a serem melhorados com relação a remuneração oferecida.

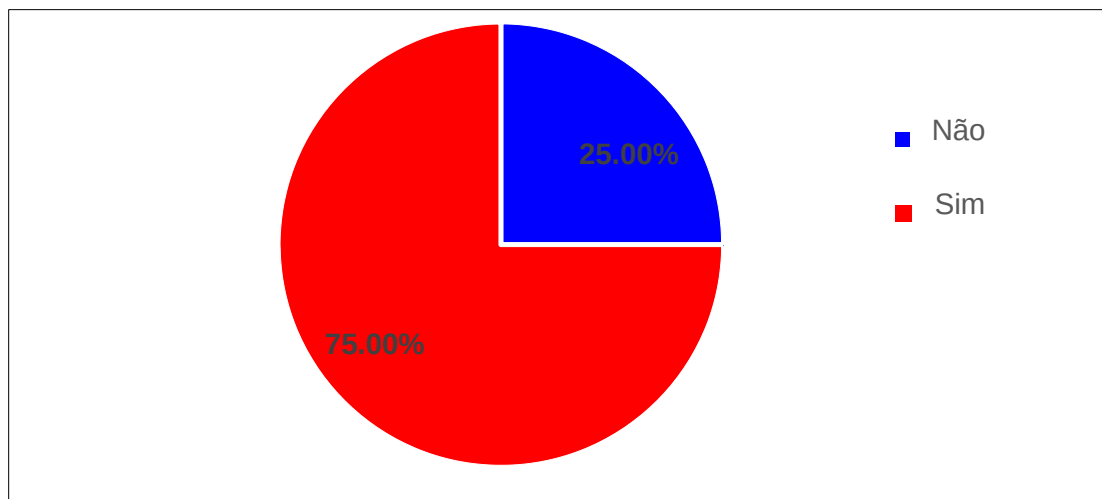
4.2.1 Motivação dos profissionais dentro da organização

Durante a pesquisa foi possível perceber que apesar de aparentarem pouca preocupação quanto a motivação no local de trabalho, os colaboradores apresentaram questões quanto ao salário, reconhecimento e condições de trabalho, sendo assim foi possível identificar que as teorias da motivação que foram encontradas na investigação são: a teoria da motivação, que defende os estímulos que influenciam o ser humano; a teoria da hierarquia das necessidades de Maslow; teoria ERC, fala das questões das necessidades essenciais e desejos básicos, que poderão ser inseridas nesse contexto.

4.2.2 Sobre melhorias no trabalho realizado e formas

Segundo os 75% dos colaboradores (gráfico 8), a empresa necessita de melhorias, sendo as principais reivindicações encontradas na pesquisa, a melhoria nas condições de trabalho, na qualidade dos fardamentos e ferramentas.

Gráfico 8 – Sobre melhorias no trabalho realizado e formas



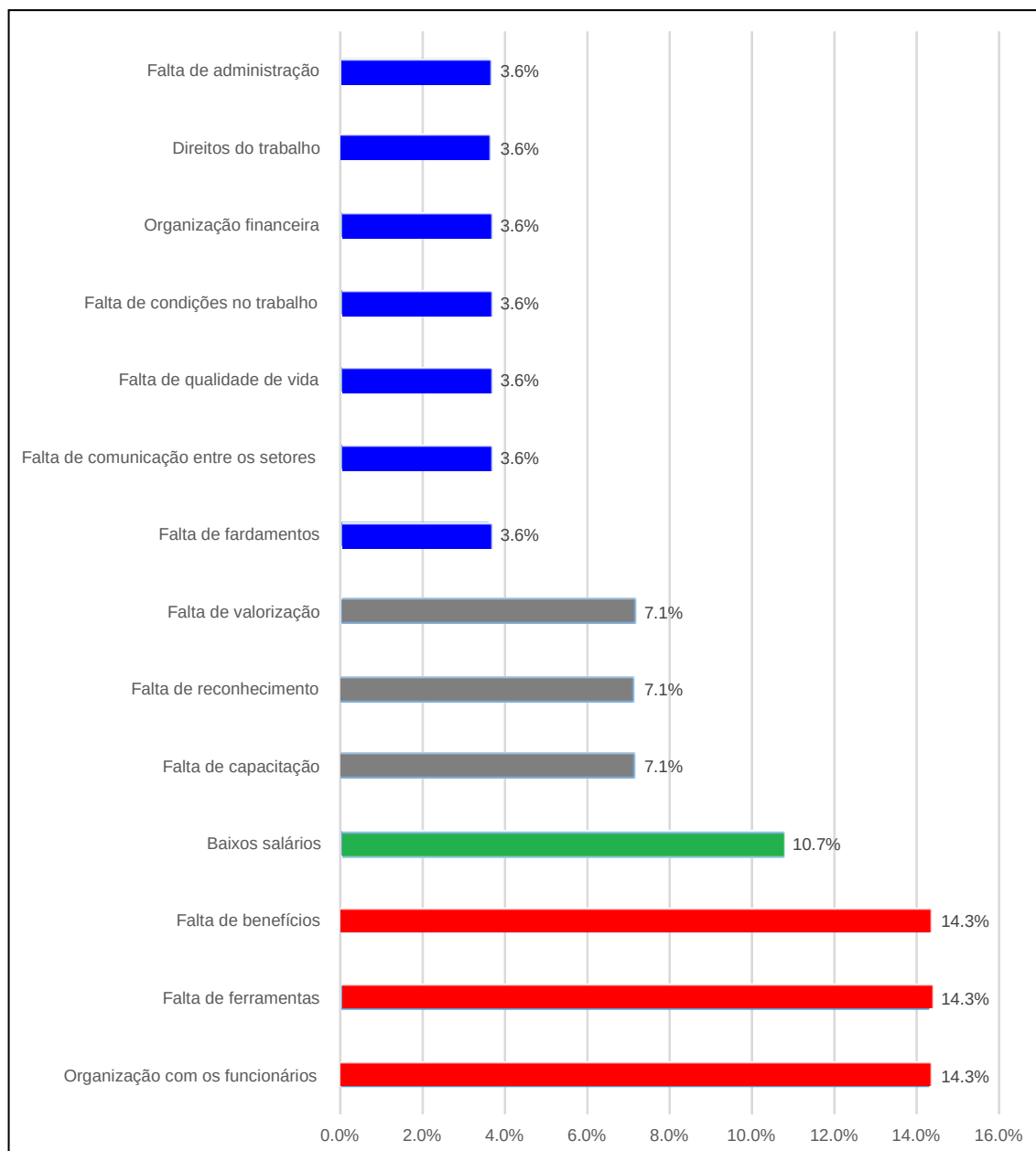
Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016

4.2.2 Os principais problemas encontrados pelos colaboradores

No gráfico 9 foi abordado os problemas que afetam o rendimento dos colaboradores para desempenhar determinada função na empresa. Foi

diagnosticado que para 14,3% dos colaboradores a falta de benefícios, falta de ferramentas e organização dos funcionários são fatores que mais afetam o rendimento; para 10,7% a empresa conta com baixa remuneração, sendo esse o maior ponto a melhorar.

Gráfico 9 – Os principais problemas encontrados pelos colaboradores

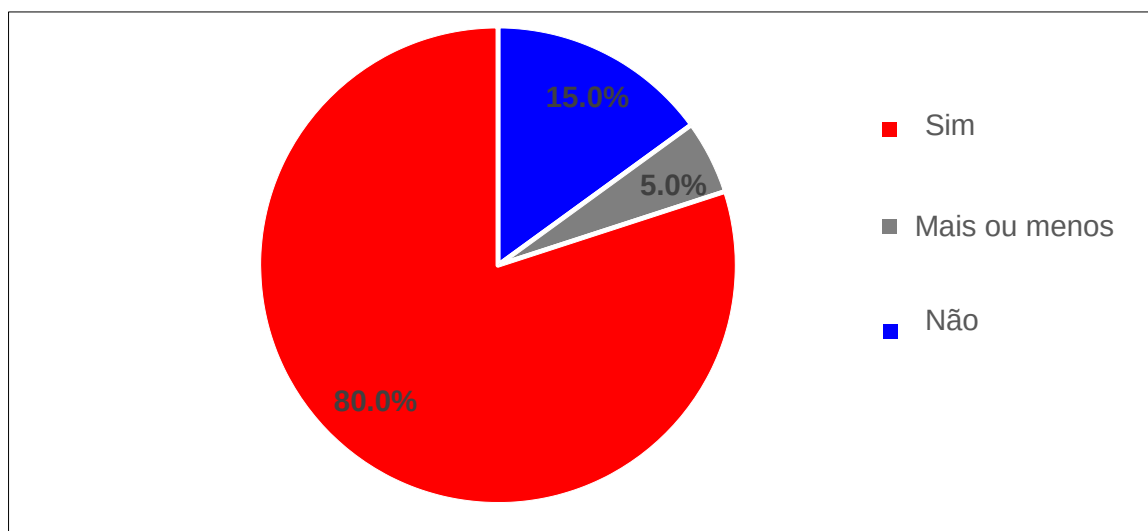


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

2.3 Satisfação com o cargo

Foi possível perceber no gráfico 10 que, apesar das diversas observações, 80% dos colaboradores, estão de uma forma geral, satisfeitos com o trabalho, sendo necessárias algumas adequações para que esse nível de satisfação seja elevado. E ainda seja um objeto de gestão participativa dentro da empresa.

Gráfico 10 – Satisfação com o cargo

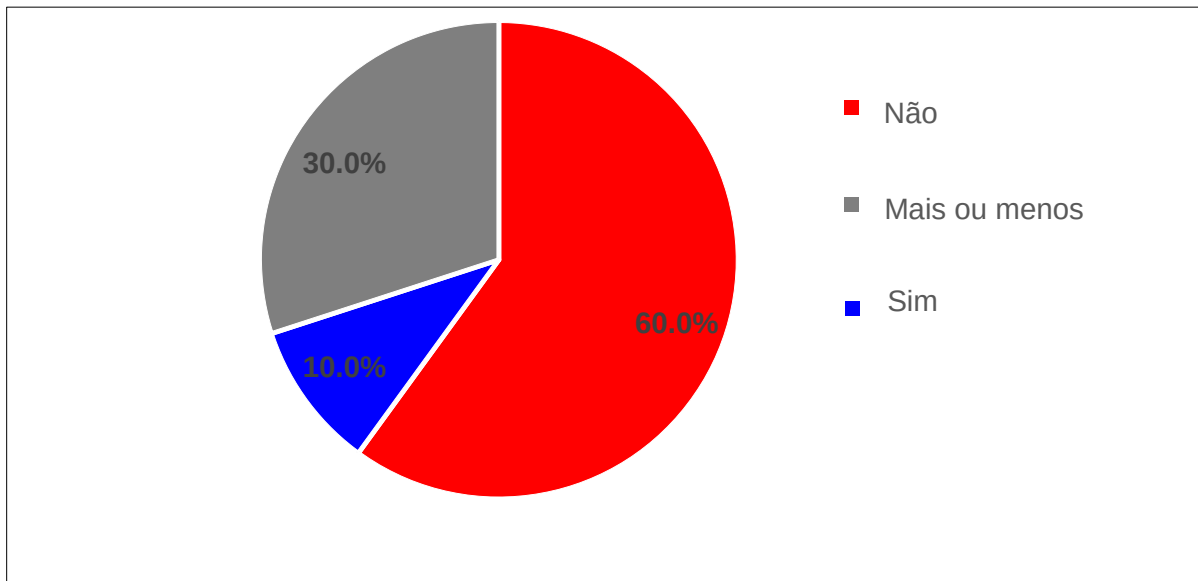


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

4.2.4 Satisfação com a remuneração.

Tendo em vista o trabalho realizado dentro da empresa, o gráfico 11 mostra que 60% dos colaboradores não estão satisfeitos com os salários, isso pode indicar que a remuneração poderia ser melhor, sendo ela fixa ou variada, atrelada a benefícios.

Gráfico 11 – Satisfação com a remuneração

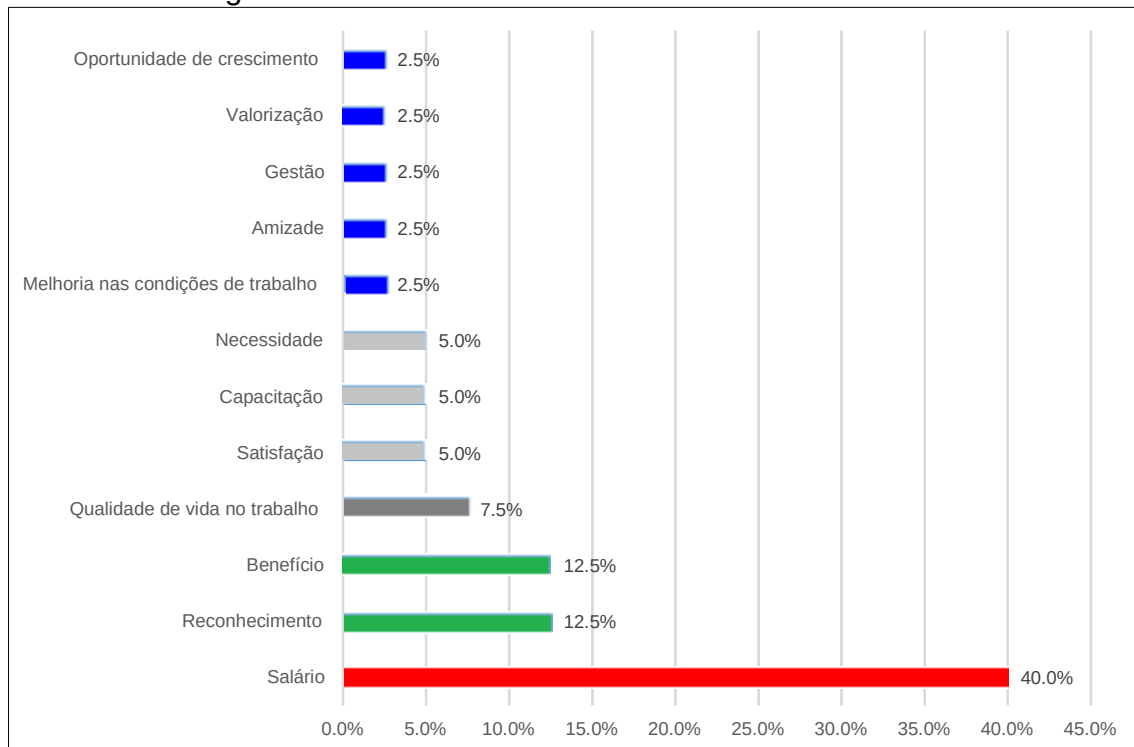


Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016..

4.2.5 O Agente motivacional

Os colaboradores elencaram vários objetos de motivação (gráfico 12), sendo o principal deles, o salário com 40%, seguido por reconhecimento e benefícios com 12,5%, alguns acreditam que a qualidade de vida no trabalho pode ser melhorada, a capacitação, satisfação e necessidade de trabalho também foram citadas, em número menor, mas digno de atenção, também foram elencados melhoria na condição de trabalho, amizade, gestão, valorização e oportunidade de crescimento.

Gráfico 12 - O Agente motivacional



Fonte: Dados de pesquisa /Junho - 2016.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível perceber nessa pesquisa que a empresa Megadiesel possui colaboradores empenhados, todavia é necessário ter uma política de benefícios atrelada a valorização e reconhecimento, pois esses fatores podem contribuir para a melhoria no resultado da empresa e serviços prestados pelos colaboradores.

A empresa ganha tanto quanto os colaboradores, pois a capacitação é fator importante; é necessária a inserção de um programa escolar afim de resultar na conclusão do ensino médio de alguns que necessitam, para que haja uma contribuição para a sociedade e desenvolvimento contínuo de cada um.

É preciso também a inserção da família, tendo em vista que a motivação no trabalho resulta na qualidade de vida dos colaboradores e de sua família. Todos precisam de reconhecimento, estar mais próximo, criar eventos ao longo do ano, para trazer a família para mais perto, oferecendo benefícios para todos.

O crescimento na empresa, a valorização do talento de cada um, remuneração variada, pela equipe, sejam impulsionado a consigam oferecer um trabalho melhor a cada dia necessitando de desenvolvimento contínuo, a empatia entre os colaboradores e clientes, resultando numa relação de confiança e retorno ao término do serviço realizado, em um time de futebol, todos são peças fundamentais para a empresa.

Resultado positivo nas análises, a empresa possa receber as indicações e sugestões para organização. Sugere-se a empresa criar programas de motivação que possam atrair outros colaboradores e a retenção dos talentos na própria organização com praticas de motivação tornando o ambiente mais prazeroso e promovendo ações que contribuam para o aumento do nível de motivação e ainda o diferencial competitivo da empresa. Programas como: plano de saúde, cartão alimentação, auxílio família, remuneração variada mediante ao serviço prestado, eventos que propiciem aos colaboradores momento de lazer e capacitação.

Algo importante que foi diagnosticado na empresa foi que os colaboradores se sentem bem em suas funções realizadas, necessitando de um suplemento de motivação e reconhecimento perante o diretor da empresa, Com isso sendo multiplicados aos clientes esse sentimento de comprometimento da organização.

REFERÊNCIAS:

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração**: abordagens prescritivas e normativas, vol. 1. 7 ed. Barueri, SP: Manole, 2014

COMO FIDELIZAR OS COLABORADORES. Disponível em: http://www.rh.com.br/Portal/Motivacao/Coluna_IBC/9511/como-fidelizar-os-colaboradores.html Acesso em: 20.03.16

DAFT, Richard L. **Administração**: Revisão técnica. Trad. Harue Ohara Avritcher. – São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DE BEM NO TRABALHO. Disponível em: <http://omecanico.com.br/de-bem-no-trabalho/> Acesso em: 20.03.16

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. – São Paulo: Atlas 2008.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** 1 Marina de Andrade Marconi - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

NAKAMURA, Cristiane Carlis et al. **Motivação no trabalho**. Maringa Management: Revista de Ciências Empresariais, v. 2, n.1, p. 20-25, jan./jun. 2005. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewArticle/26> Acesso em: 22.05.2016

NA APOLO, A MOTIVAÇÃO GANHOU UMA OFICINA. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Motivacao/Materia/3289/na-apollo-a-motivacao-ganhou-uma-oficina.html#>. Acesso em: 20.03.16

O CARDIOLOGISTA E O MECÂNICO. Disponível em: http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=i6ga4amyp Acesso em: 20.03.16

OFICINAS MECÂNICAS ESPECIALIZADAS E LOJAS VIRTUAIS DUAS APOSTAS PARA VOCÊ EMPREENDER EM 2015. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,oficinas-mecanicas-especializadas-e-lojas-virtuais-duas-apostas-para-voce-empreender-em-2015,1605073>. Acesso em: 20.03.16

PROFISSIONAIS MOTIVADOS, EMPRESAS DESENVOLVIDAS. Disponível em: <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/sem-categoria/profissionais-motivados-empresas-desenvolvidas> Acesso em: 20.03.16

ROBBINS, Stephen p. **Comportamento organizacional**. Tradução técnica Reynaldo Marcondes. 11 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SCHERMERHORN, Jr. **Fundamentos de comportamento organizacional**. James G. Hunt e Richard N. Osborn; Trad. Sara Rivka Gedanke. – Porto Alegre: Bookman, 1999.

VERGARA, Sylvia. **Métodos de pesquisa em administração**. 2000, São Paulo: Atlas, 2005.

10 DICAS PARA MOTIVAR. Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/artigos/Lab-%E2%80%9310-dicas-para-motivar> Acesso em: 20.03.16

APÊNDICE A Tabelas da pesquisa

Tabela 1 Faixa etária

Faixa etária	Quantidade de colaboradores	(%)
De 21 a 30 anos	6	30.0%
De 31 a 40 anos	6	30.0%
De 41 a 50 anos	4	20.0%
De 51 a 60 anos	4	20.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 2 Renda familiar

Renda (R\$)	Quantidade de colaboradores	(%)
De 1 a 3 salários mínimos	18	90.0%
De 3 a 5 salários mínimos	2	10.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada junho, 2016.

Tabela 3 Escolaridade

Escolaridade	Quantidade de colaboradores	(%)
Ensino Fundamental	2	10.0%
Ensino Médio	17	85.0%
Ensino Superior	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 4 Meio de locomoção

Transporte	Quantidade de colaboradores	(%)
Carro	2	10.0%
Moto	6	30.0%
Ônibus	12	60.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 5 Estado civil

Estado civil	Quantidade de colaboradores	(%)
Casado	13	65.0%
Divorciado	1	5.0%
Solteiro	6	30.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 6 Quantidade de filhos

Filhos	Quantidade de colaboradores	(%)
0 a 1	13	65.0%
2 a 3	4	20.0%
4 ou mais	3	15.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 7 – Quais os principais problemas?

	Ocorrência	(%)
Organização com os funcionários	4	14.3%
Falta de ferramentas	4	14.3%
Falta de benefícios	4	14.3%
Baixos salários	3	10.7%
Falta de capacitação	2	7.1%
Falta de reconhecimento	2	7.1%
Falta de valorização	2	7.1%
Falta de fardamentos	1	3.6%
Falta de comunicação entre os setores	1	3.6%
Falta de qualidade de vida	1	3.6%
Falta de condições no trabalho	1	3.6%
Organização financeira	1	3.6%
Direitos do trabalho	1	3.6%
Falta de administração	1	3.6%

Total	20	100.0%
--------------	----	--------

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

1.3. Observar a satisfação dos colaboradores;

Tabela 8 – Você está satisfeito com seu cargo?

Satisfação	Quantidade de colaboradores	(%)
Não	3	15.0%
Mais ou menos	1	5.0%
Sim	16	80.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.

Tabela 9 – Você está satisfeito com seu salário atual?

Satisfação com salário	Quantidade de colaboradores	(%)
Não	12	60.0%
Mais ou menos	2	10.0%
Sim	6	30.0%
Total	20	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016

1.4. Projetar o plano de estratégias de motivação com benefícios.

Tabela 10 - O que seria um objeto de motivação?

Objeto de motivação	Ocorrência	(%)
Salário	16	40.0%
Reconhecimento	5	12.5%
Benefício	5	12.5%
Qualidade de vida no trabalho	3	7.5%
Satisfação	2	5.0%
Capacitação	2	5.0%
Necessidade	2	5.0%
Melhoria nas condições de trabalho	1	2.5%
Amizade	1	2.5%
Gestão	1	2.5%
Valorização	1	2.5%
Oportunidade de crescimento	1	2.5%
Total	40	100.0%

Fonte: Pesquisa realizada Junho, 2016.