

## **COLABORADORES MOTIVADOS: UM ESTUDO SOBRE A MOTIVAÇÃO EMPRESARIAL NAS CONCESSIONÁRIAS DE MOTOS EM CÁCERES-MT.**

**OLIVEIRA, E.P.F.<sup>1</sup>  
NASCIMENTO, F.<sup>2</sup>  
SANTOS, M. F. L.<sup>3</sup>**

**RESUMO:** Este artigo teve como objetivo expor a motivação empresarial nas concessionárias de motos de Cáceres-MT, mostrando que a motivação tem como base o fundamento de estimular os colaboradores e integrantes de uma empresa a executarem mais e melhor suas atividades. A motivação é resultado principalmente de atitudes de uma administração de recursos humanos voltada para a satisfação e bem estar de seus funcionários, tomando por base as recompensas e benefícios oferecidos aos empregados, sejam recompensas ou benefícios monetários ou não monetários. O artigo tem como objetivo mostrar o que é Motivação, como causar a Motivação nas pessoas e como é o processo Motivacional nas Organizações, focando nas concessionárias de motos em Cáceres-MT. Nas Organizações a Motivação é muito importante, pois é através dela que os funcionários trabalham felizes, se sentem importantes, se não houver a Motivação a produtividade não será boa, quando se há Motivação a produtividade aumenta levando a Organização aos caminhos da eficiência e eficácia. Assim este artigo pretende discutir acerca da motivação, usando como objeto de análise concessionárias de motos em Cáceres-MT.

**Palavra-chave:** Motivação empresarial.

### **1 INTRODUÇÃO**

O cotidiano das empresas é caracterizado por atividades que exigem dependência mútua entre colaboradores e gestores, e a motivação é o instrumento essencial na busca dessa interação. A aplicação das técnicas motivacionais é uma ferramenta imprescindível no mercado atual, já que as empresas necessitam desenvolver mecanismos que se transformem em ações eficazes e produtivas que resultarão em uma melhor assistência aos clientes. A Motivação aliada a sentimentos de realização e de reconhecimento profissional, implica em resultados financeiros satisfatórios e uma sociedade melhor atendida, como afirma John (2003, p.23), “em termos de resultados financeiros, nada substitui a captação, motivação e retenção do melhor pessoal”. A importância da Motivação para as empresas é o que justifica o estudo da motivação nas

---

<sup>1</sup> Mestre em Relações Internacionais pela PUC-MG, bacharel em Administração pela PUC-MG e Especialista em Negócios Internacionais.

<sup>2</sup> Bacharel em Psicologia pela Faculdade do Pantanal-MT.

<sup>3</sup> Bacharel em Psicologia pela Faculdade do Pantanal-MT.

concessionárias de motos em Cáceres, afinal “Motivação envolve sentimentos de realização e de reconhecimento profissional, manifestado por meio de exercícios das tarefas e atividades que oferecem suficiente desafio e significado para o trabalho” (LOPES, 1980, p. 23).

Objetivando aproximar à definição do termo motivação, explica-se sua origem na palavra *motivus*, do latim, que significa “que move ou o que pode fazer mover”. (FERREIRA, 1986, p. 156). Para o maior nome da literatura brasileira em administração, Chiavenato, a discussão do conceito Motivação envolve indivíduo, ambiente e motivos.

O conceito de motivação tem sido utilizado com diferentes sentidos. De um modo genérico, motivo é a força ou impulso que leva a pessoa a agir de determinada maneira, isto é, dá origem a um comportamento específico. Esse impulso à ação pode ser provocado por um estímulo externo (promovido do ambiente) ou pode ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo. (CHIAVENATO, 2007, p. 296).

Segundo Chiavenato (2007), a motivação representa a ação de forças ativas e impulsionadoras das necessidades humanas, porém as pessoas são distintas entre si no que refere a motivação, o que torna importante considerar a peculiaridade humana. Apesar dessas diferenças, o processo que torna o comportamento humano dinâmico é semelhante para todas as pessoas. São três as suposições relacionadas entre si para explicar o comportamento humano: 1. O comportamento humano é causado pelos fatores hereditários associados a fatores ambientais; 2. O comportamento humano é motivado, orientado e dirigido para algum objetivo; 3. O comportamento humano é dirigido a todo comportamento, existe sempre um impulso, desejo, força, necessidade, tendência.

Se considerado essas três suposições, é percebido que o comportamento humano não será instintivo, sempre haverá algum objetivo que o orienta e impulsiona. Para a Psicologia, a motivação é um impulso interno que leva à ação. Logo, a motivação é uma força interior, que nos acompanha durante toda a vida, sujeita a mudanças a cada momento. É uma força que direciona e intensifica os objetivos de um indivíduo, que passam a atuar com maior exultação e produzem efeitos satisfatórios. As organizações por sua vez usufruem dessa ferramenta para despertar e cultivar esses efeitos motivacionais dentro das próprias empresas, fato este que tem sido objetivo constante dos administradores.

As empresas precisam preparar pessoas para gerarem motivação, pois a motivação não deve ser imposta e sim estimulada, de forma que isso dependerá da prática de liderança dentro de

cada empresa. De acordo com Archer (1997, p. 51) “a tarefa de induzir comportamento positivo deverá tornar-se mais fácil, caso o verdadeiro relacionamento entre motivação, satisfação e comportamento sejam claramente compreendidos”. Assim, cabe ao gestor avaliar e criar programas que vão melhor adaptar a realidade da empresa, desenvolver processos que estimulem a direção e a persistência de seus colaboradores, compreender a relação entre motivação e desempenho, e dessa forma desencadear a força interna dos colaboradores para alcançarem determinadas metas e desempenharem seus objetivos.

Portanto, é de extrema importância alinhar o conhecimento teórico com a prática, de maneira que otimizem os resultados, optando por uma estratégia que seja satisfatória para os gestores, colaboradores e consumidores, sobretudo nas concessionárias de motos, que comercializa um produto que depende de um certo planejamento e um elevado poder aquisitivo para a obtenção. Especificamente o comércio de motos, ainda concorre com um mercado cada vez mais evoluído e competitivo, assim é importante manter colaboradores motivados, pois o atendimento aos consumidores deve ser um diferencial.

“Até que a ciência invente meios efetivos de clonar seres humanos, a administração do comportamento organizacional talvez seja a única fonte de vantagem competitiva sustentável que os seus concorrentes não podem comprar, roubar ou copiar de você” (JOHN, 2003, p. 23).

Assim, a gestão de pessoas unida à aplicação do conhecimento no campo do comportamento organizacional é um recurso efetivo que possibilita criar vantagem competitiva e manter colaboradores realizados, gestores satisfeitos e consumidores bem atendidos.

## **2 A TEORIA DA MOTIVAÇÃO**

Qualquer recompensa ou objetivo do comportamento é determinado pela capacidade de satisfazer necessidades e “a mais importante das explicações modernas sobre o conteúdo da motivação estabelece que as pessoas são motivadas essencialmente pelas necessidades humanas. Quanto mais forte a necessidade, mais intensa é a motivação” (MAXIMIANO, 2006, p. 261). As necessidades humanas dividem-se em dois grupos: as necessidades básicas (inerentes à condição humana, como alimentação e abrigo) e as necessidades adquiridas (superior às necessidades de

sobrevivência, que as pessoas adquirem ou desenvolvem por meio de treinamentos, experiências ou convivência com outras pessoas).

Abraham Maslow (1908-1970), psicólogo humanista, se baseou na ideia das necessidades humanas. Em uma incessante busca da compreensão do comportamento humano, desenvolveu a reflexão de que as necessidades humanas dispõem-se numa hierarquia mais complexa que a simples divisão em dois grupos. Conforme Chiavenato (2007) as necessidades humanas estão organizadas em prioridades, hierarquizadas de acordo com sua importância para a obtenção de suporte para que um possível nível superior seja atingido, em forma de pirâmide. Dessa forma, “Maslow identificou cinco necessidades básicas dos indivíduos, sendo estas alocadas em uma sequência lógica, sustentada e acumulativa, e à medida que estas necessidades vão sendo satisfeitas, os indivíduos ficam mais motivados e mais produtivos”. (OLIVEIRA, 2008, p. 166).

A sequência das necessidades, das mais imediatas para as subseqüentes, é:

1. Necessidades fisiológicas – são as necessidades que correspondem às questões básicas de sobrevivência e tem elevada influencia no comportamento, como fome, o sono, o desejo sexual e outros.

2. Necessidade de segurança – levam o indivíduo a proteger-se de todo perigo real ou imaginário, sendo que essas necessidades ocorrem quando as necessidades fisiológicas básicas estão satisfeitas. É o caso de prevenção e auto-proteção contra doenças, assaltos, acidentes e outros.

3. Necessidades sociais – dizem respeito a vida associativa do indivíduo com outras pessoas, correlacionadas ao amor, amizade, aceitação e outros.

4. Necessidade de estima – ligados à auto-estima e auto-avaliação dos indivíduos. Correlacionados à maneira como cada um se sente; do prestígio, de reputação, status e outros.

5. Necessidade de auto-avaliação – corresponde a satisfação ao seu potencial. Naturalmente, essa situação só pode ocorrer se todas as outras necessidades estiverem atendidas.

**Figura 1: Pirâmide da Hierarquia das Necessidades**



Fonte: Chiavenato, 2007

Segundo Chiavenato (2007), as necessidades assumem formas que variam de uma pessoa para outra. A teoria da motivação de Maslow se baseia nas seguintes pressuposições: o comportamento humano pode ter mais de uma motivação; nenhum comportamento é casual, mas motivado; as necessidades humanas estão dispostas em uma hierarquia de importância; e, a necessidade inferior monopoliza o comportamento do indivíduo e tende automaticamente a organizar a mobilização das diversas faculdades do organismo.

O comportamento humano pode ser motivado de várias maneiras, sendo condicionado a estar em busca constante de novos objetivos para se realizar pessoal e socialmente, isso é, ser reconhecido e ser por si mesmo conhecido, auto afirmando-se como ser humano. Maslow refere-se ainda às necessidades básicas como sendo a base para que surjam as necessidades mais elevadas, também é de acordo com a tarefa que o ser humano permite que a motivação se expanda ou se retraia para uma desmotivação total. O fator que eleva o nível de motivação está diretamente ligado à aceitação interna e externa de cada um.

Outro fator citado por Maslow é a recompensa que serve como estímulo financeiro ou de reconhecimento do grupo em que se enquadra, já que a influência está diretamente ligada com a recompensa, se não há uma recompensa logo o estímulo tende a diminuir e como consequência a desmotivação se instala.

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia utilizada foi à pesquisa quantitativa, que permitiu traduzir em números as opiniões e informações recebidas através do questionário, com 17 perguntas, aplicados a 47 colaboradores das concessionárias de motos em Cáceres/MT.

Com a aplicação dos questionários, teve-se o intuito de classificar e analisar os dados recebidos, não almejando alcançar a generalização, mas sim o entendimento das singularidades para poder encontrar resultados claros e precisos.

Durante a visita às empresas e a coleta de dados, a recepção dos gestores e colaboradores foi muito satisfatória. Os gestores mostraram-se preocupados com o fator motivacional e expuseram interesse em auxiliar a pesquisa, como também em ter conhecimento sobre os resultados encontrados em sua empresa. Os colaboradores demonstraram empenho em responder os questionários e em contribuir com o presente artigo. Essa etapa do projeto foi de extrema importância e de grande contribuição à pesquisa.

A motivação é um tema que abrange necessariamente à Psicologia e Administração; e partindo desse pressuposto, realizou-se a seleção das leituras escolhendo autores conhecidos pela Administração, que atribuiu a motivação à realidade trabalhista; e autores da Psicologia que expõem o que leva o ser humano à ação. Portanto, a motivação é um tema amplo e diversificado que permite trabalhar com vários autores de diversas áreas de atuação, o que contribui e enriquece muito a pesquisa.

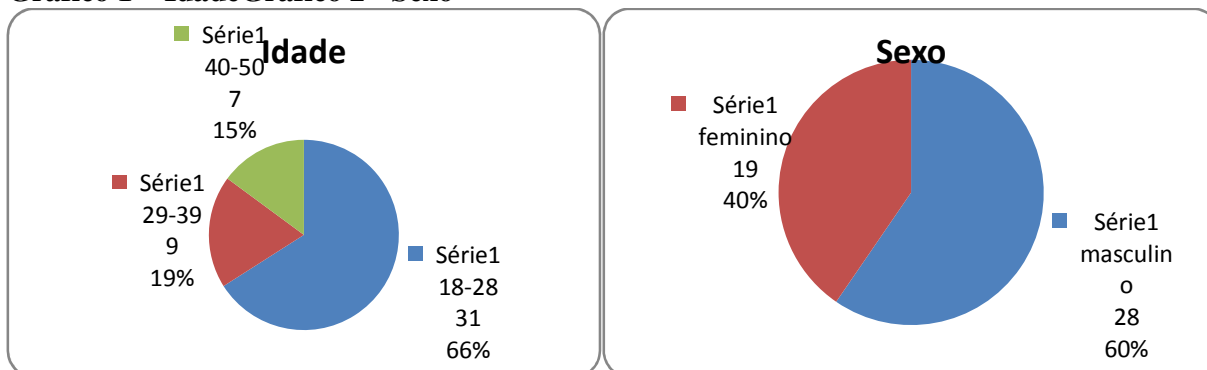
## **6 - ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

A maioria dos funcionários das empresas que trabalham com vendas de motos, na cidade de Cáceres MT, tem entre 18 a 28 anos de idade, e são do sexo masculino. Acreditamos que por se tratar do setor de vendas e manutenção de motos, a maioria dos consumidores e colaboradores são jovens e homens.

Pode-se constatar que a maioria dos funcionários das empresas de motos pesquisadas tem ensino médio. Em uma das empresas visitadas, vimos que não há a contratação de colaboradores que estudam no período noturno e que cursam faculdade, pois alegam que isso impedirá o colaborador de trabalhar depois do horário de expediente. Assim é possível que os funcionários

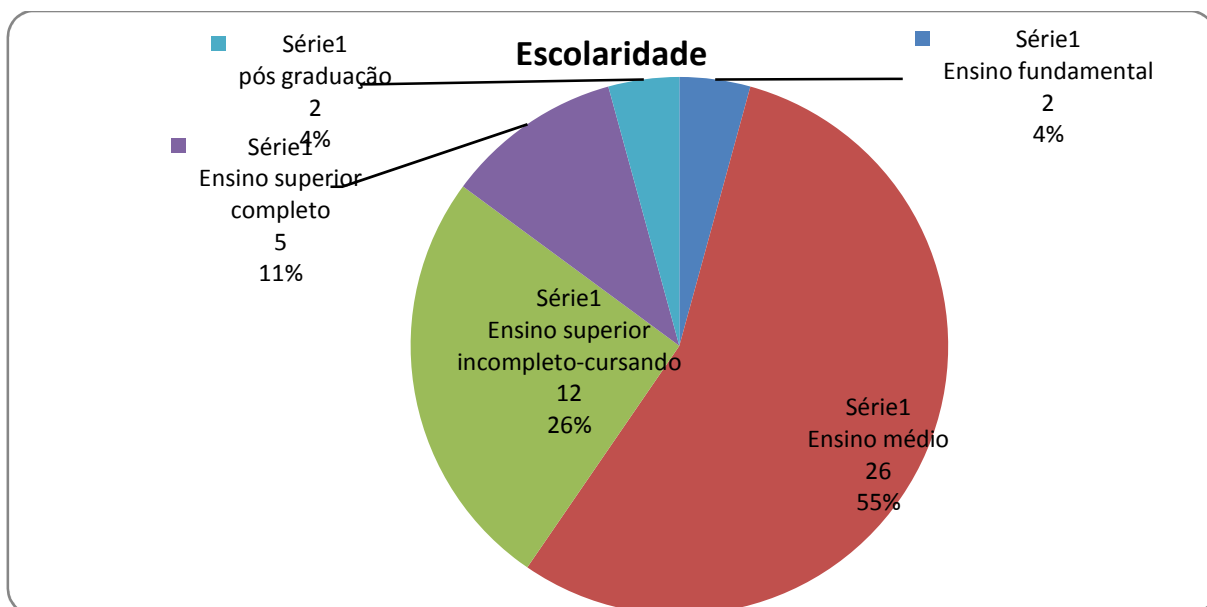
não tentem um vestibular e nem dão continuidade aos estudos, por medo de perder o emprego. Essas conclusões podem ser averiguadas nos gráficos abaixo.

**Gráfico 1 – Idade** **Gráfico 2 - Sexo**



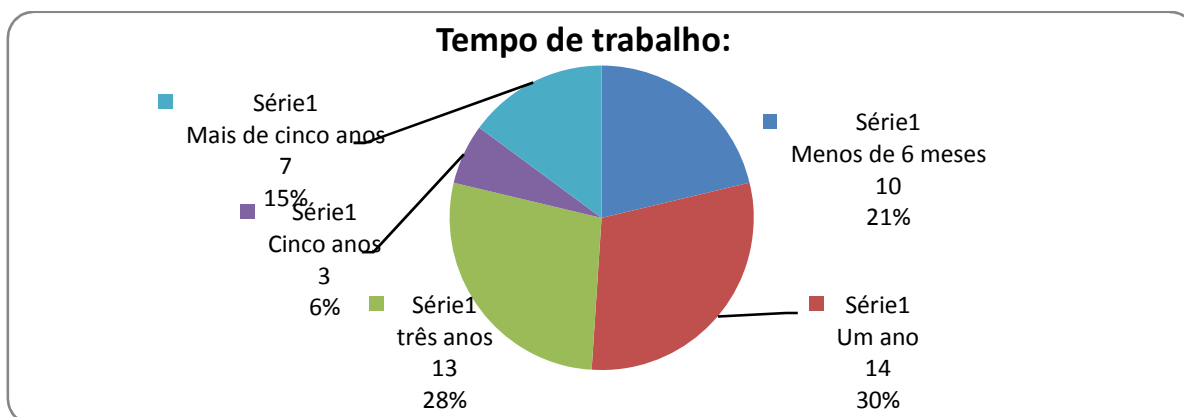
Fonte: Os autores

**Gráfico 3 - Escolaridade**



Fonte: Os autores

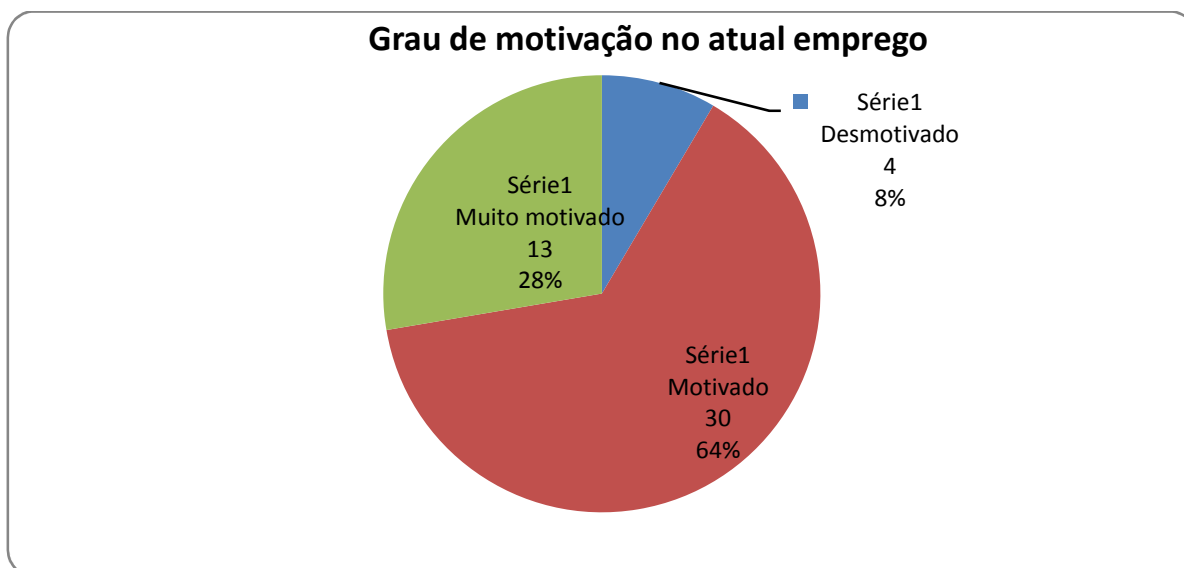
Gráfico 4- Tempo de Trabalho



Fonte: Os autores

Na pesquisa feita, podemos constatar que entre 30% e 28% dos colaboradores tem um tempo de trabalho equilibrado na empresa, à medida que adquirem experiência profissional os funcionários passam naturalmente a acreditar mais em uma perspectiva de crescimento continuam sentindo orgulho da empresa tendo confiança.

Gráfico 1 - Grau de Motivação no Atual Emprego



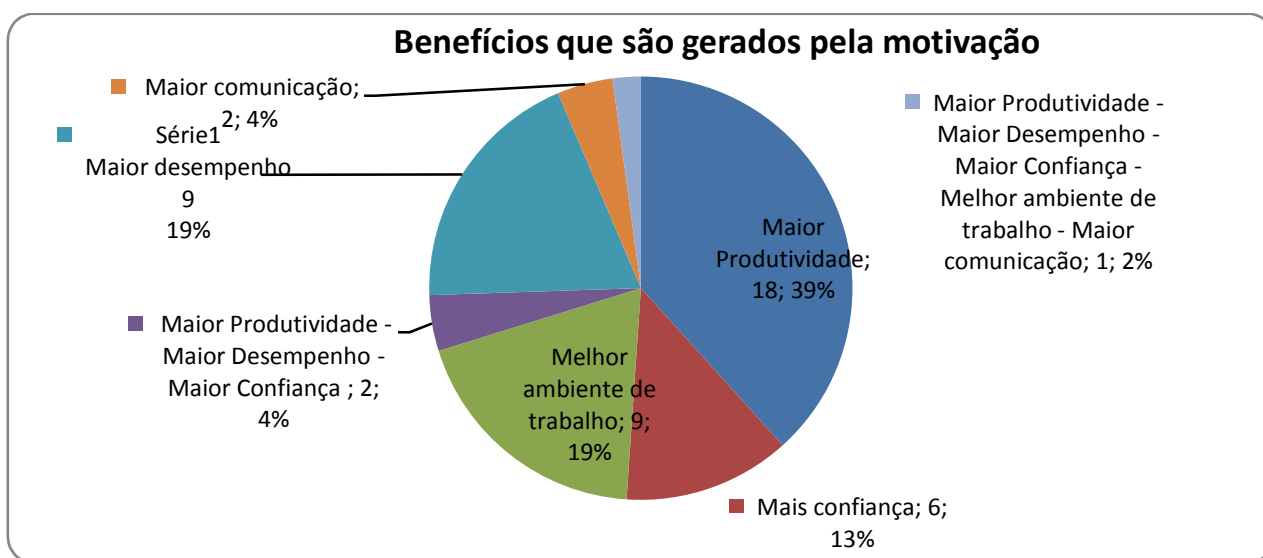
Fonte: Os autores



Conforme o gráfico, 64% dos colaboradores da empresa estão motivados 28% muito motivados e 8% desmotivado, a pesquisa teve sua maior representatividade por colaboradores que já estão em uma dimensão de tempo considerável dentro das concessionárias, esentem-se motivados. Os resultados foram positivos quanto à motivação do grupo.

Da análise do gráfico, pode-se constatar que para a maioria dos colaboradores os benefícios gerados na empresa são: 39% maior produtividade, 13% mais confiança, 19% melhor ambiente de trabalho, 4% maior produtividade-maior desempenho-maior confiança, 19% maior desempenho e 4% maior comunicação. Os fatores de maior concordância foram: maior produtividade e melhor ambiente de trabalho. Os benefícios são gerados através de confiança e um ambiente de colaboração entre ambas as partes.

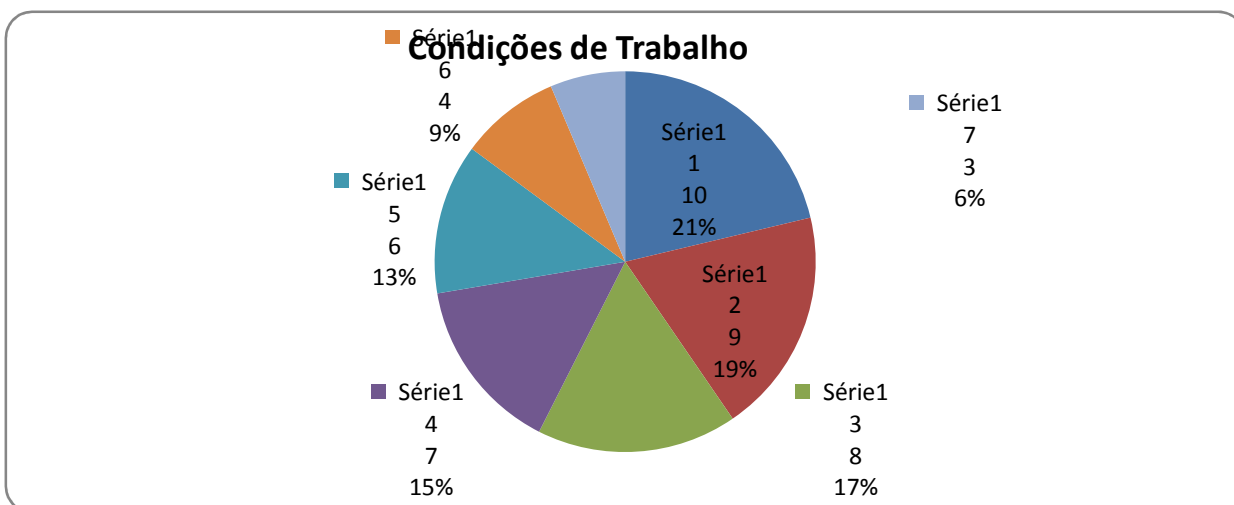
**Gráfico 2 - Benefícios Que São Gerados Pela Motivação**



Fonte: Os autores

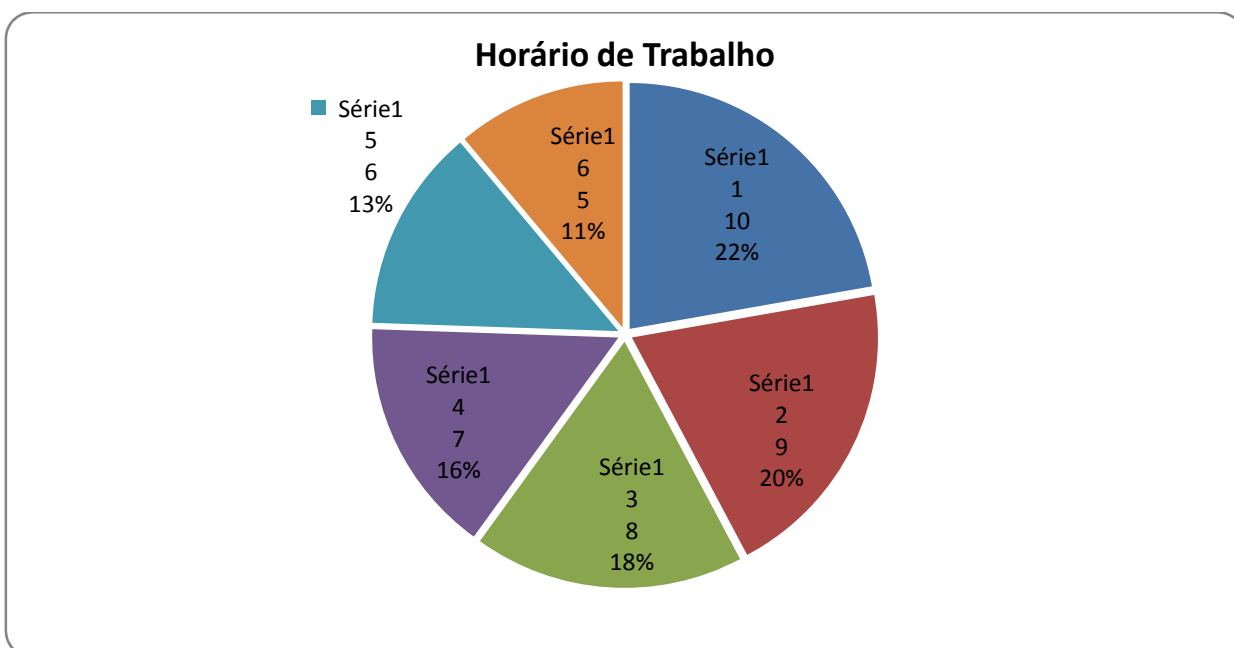
A partir de agora os gráficos retornam as respostas relacionadas à motivação no trabalho pelos entrevistados.

Gráfico 7 – Condições de Trabalho



Fonte: Os autores

Gráfico 8 – Horário de Trabalho



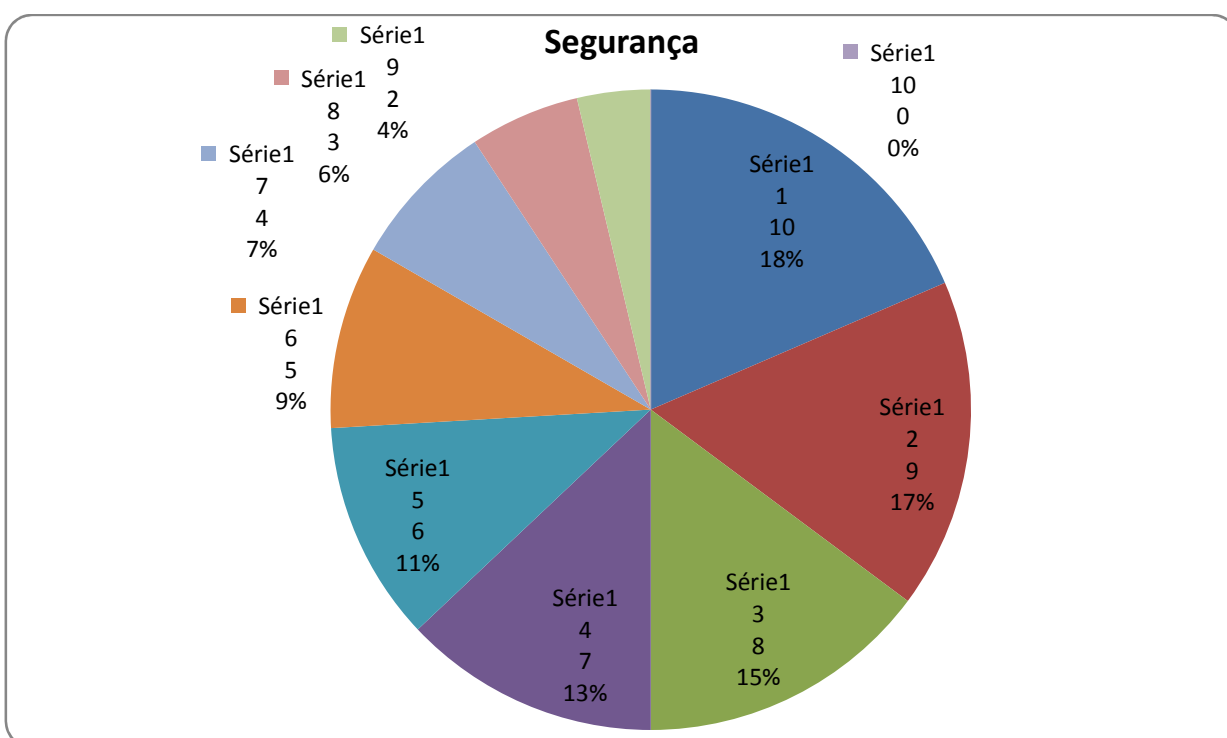
Fonte: Os autores

Nesta questão foi solicitado aos colaboradores que numerassem de 0 a 10 (onde 10 é muito motivado e 0 é totalmente desmotivado), o que mais o motiva no trabalho.

De acordo com Maslow, as necessidades fisiológicas são as primeiras necessidades que o ser humano procura suprir; só depois dessas atendidas, que ele busca suprir as outras. Olhando

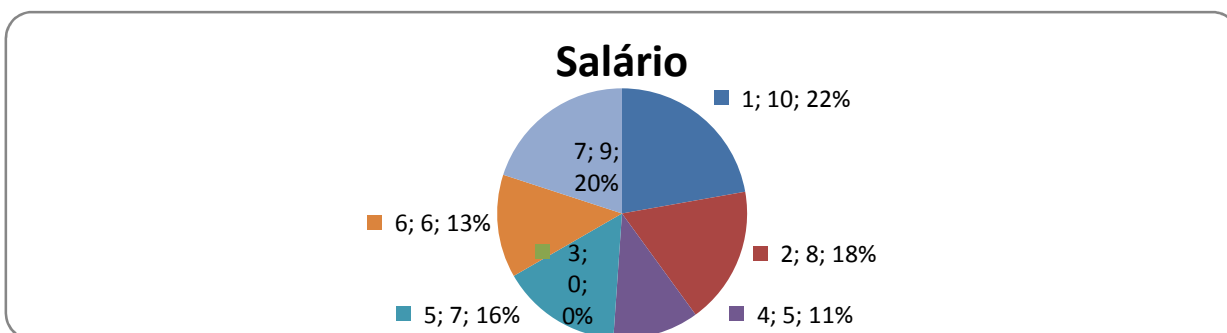
de maneira organizacional e fazendo as análises dos gráficos pode-se observar que as condições de trabalho (espaço físico, materiais disponibilizados, climatização, limpeza e outros) e o horário de trabalho (o tempo trabalhado, a disponibilidade de descanso, férias) foram os fatores com menores pontuações, onde apenas 6% deu a nota maior que foi 7. Assim, pode-se considerar que esses fatores atualmente não estão influenciando tanto na motivação dos funcionários, pois eles fazem parte das necessidades fisiológicas, que provavelmente já foram superadas.

**Gráfico 9 – Segurança**



Fonte: Os autores

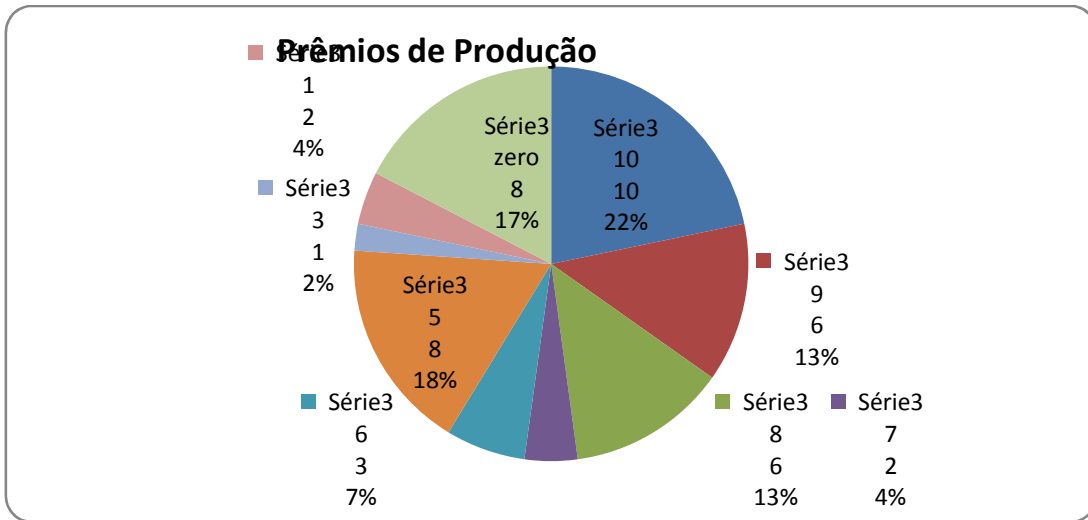
**Gráfico 3 – Salário**



Fonte: Os autores

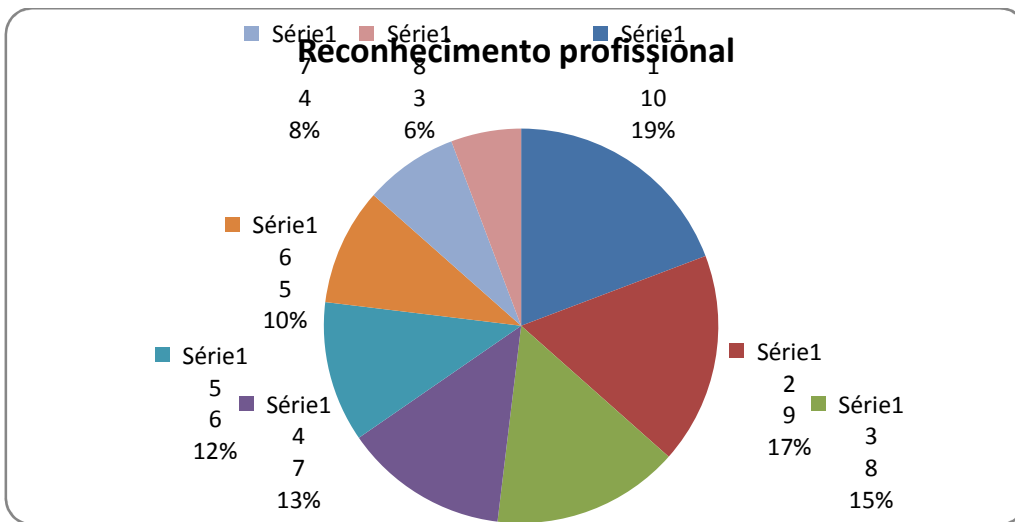
Observa-se que as organizações, por razões culturais, acreditavam que a parte financeira era o principal elemento de motivação das pessoas, porém, podemos perceber que essa ideia não é compatível com o que o gráfico demonstra; pois apenas 22% deram 7 como a maior nota na questão salarial, e o restante deram notas inferiores a citada. Assim, pode-se observar que o salário não é mais o principal fator motivacional, e que atualmente os gestores precisam aplicar outras formas de estímulo para que seus colaboradores sejam conduzidos a realização de metas. Ou ainda, pode se considerar que o fato pode ter ocorrido devido a dificuldades dos colaboradores assumirem que o salário é a principal motivação. E também que a segurança que o trabalho proporciona é um fator em destaque na motivação. Os resultados mostraram que a segurança é mais motivadora do que o próprio salário.

**Gráfico 9 – Prêmios de Produção**



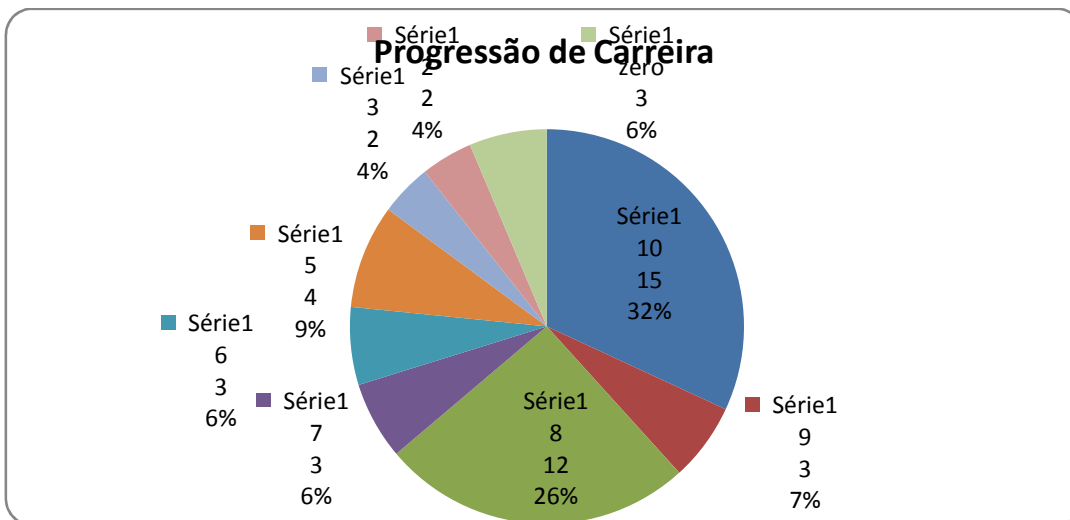
Fonte: Os autores

Gráfico 10 – Prêmios de Produção



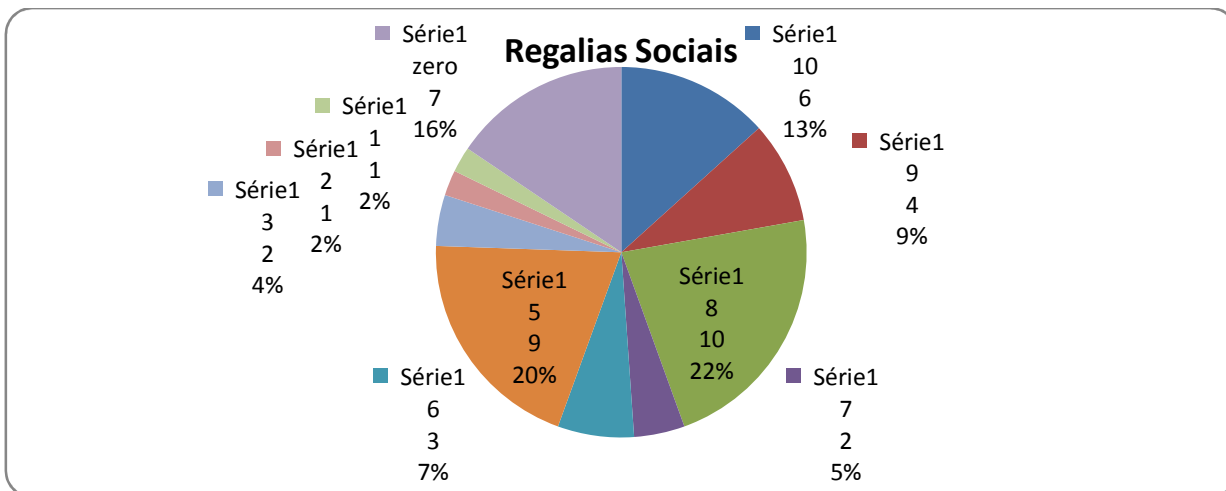
Fonte: Os autores

Gráfico 41 - Progressão de Carreira



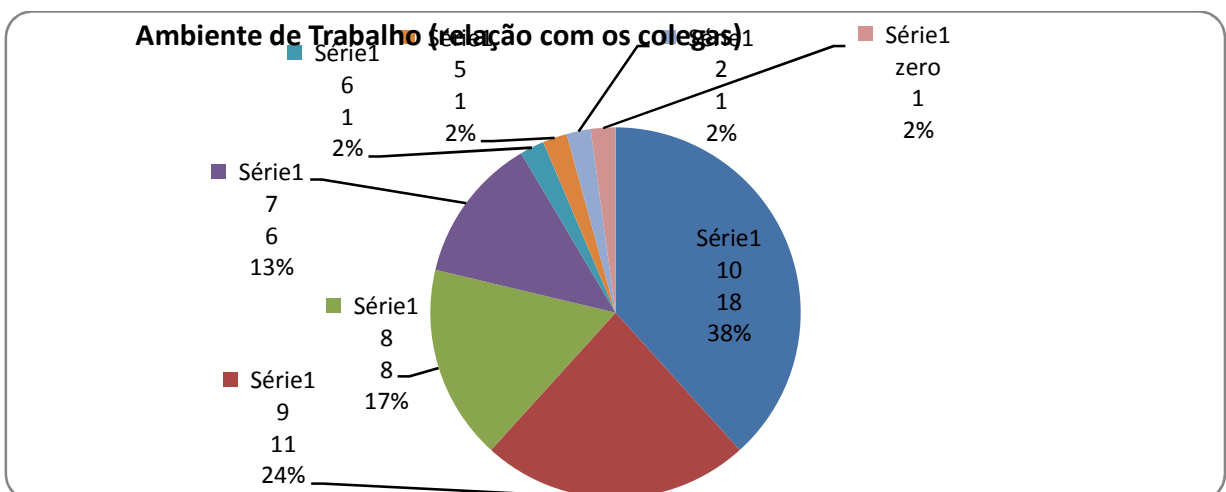
Fonte: Os autores

**Gráfico 12 - Regalias Sociais**



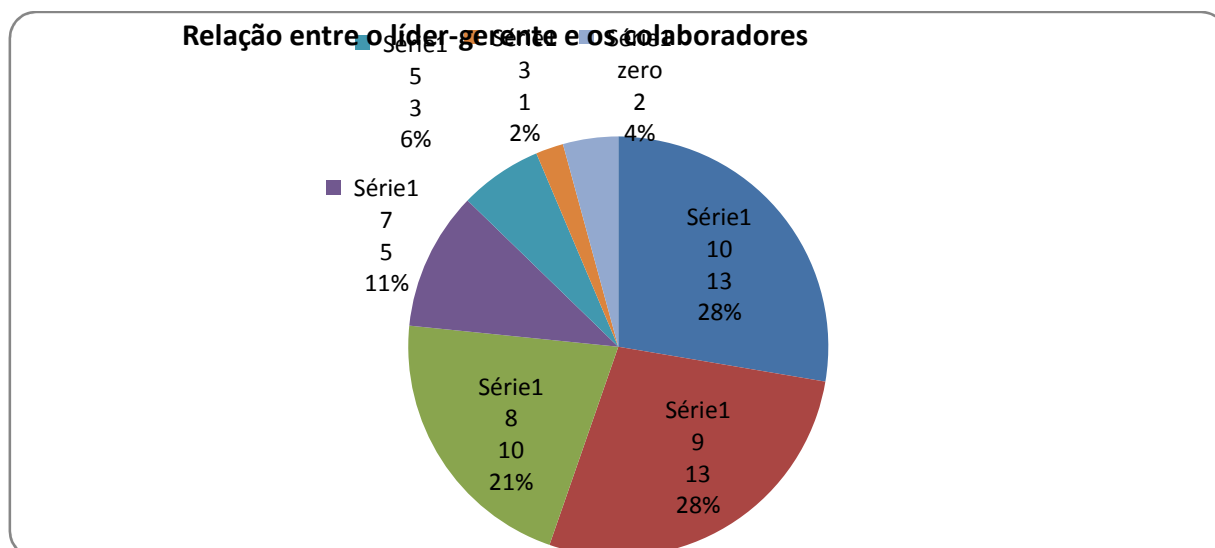
Fonte: Os autores

**Gráfico 13 - Ambiente de Trabalho**



Fonte: Os autores

Gráfico 14 - Relação Entre o Líder



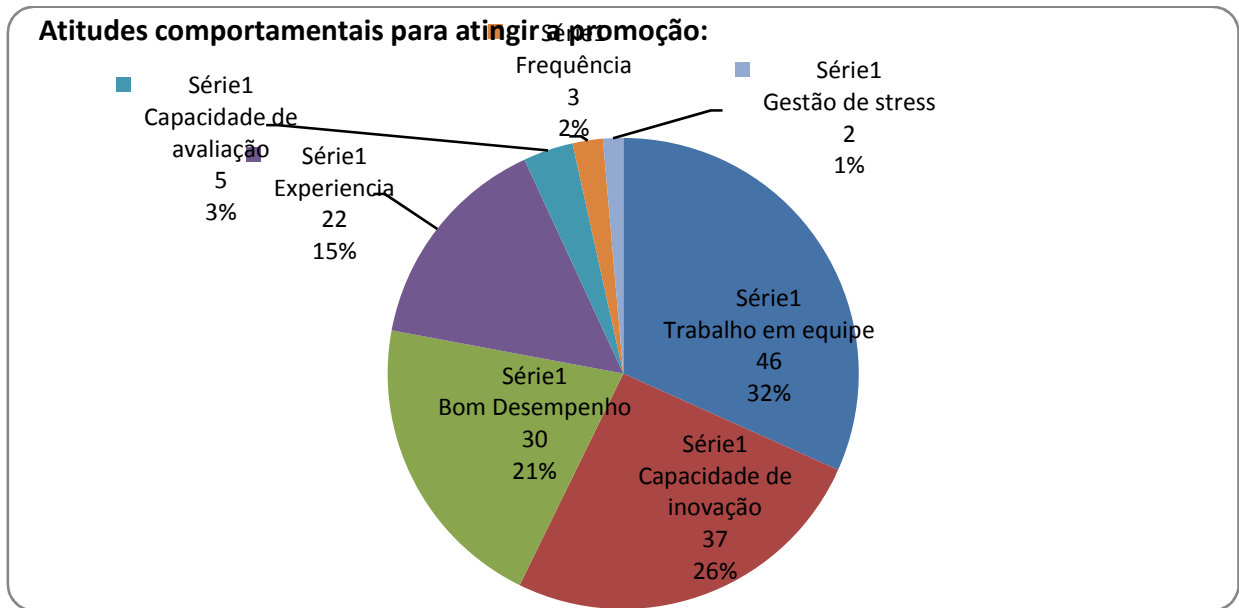
Fonte: Os autores

Observando os resultados dos gráficos, pode-se concluir que o reconhecimento profissional, os prêmios de produção e as regalias sociais são formas efetivas de motivação. De acordo com FABOSSI (2009, p. 91):

Quando as pessoas compreendem a importância e o significado do seu trabalho, e o fazem com entusiasmo não apenas imprimem sua energia mental, mas aplicam toda a sua força para realizá-lo. As pessoas querem um lugar onde o que fazem seja reconhecido como parte de uma obra maior, coletiva e legítima.

Assim, pode-se observar que ser reconhecido e premiado pelo resultado do trabalho é fator fundamental para se sentir motivado, e que isso pode ser proporcionado no ambiente de trabalho, a partir do trabalho em equipe e a relação com os colegas, e principalmente pelo líder – gerente, o que conseqüentemente levará o colaborador a uma maior dedicação e empenho, que provavelmente resultará em uma progressão de carreira, que é o fator mais motivacional encontrado nos gráficos.

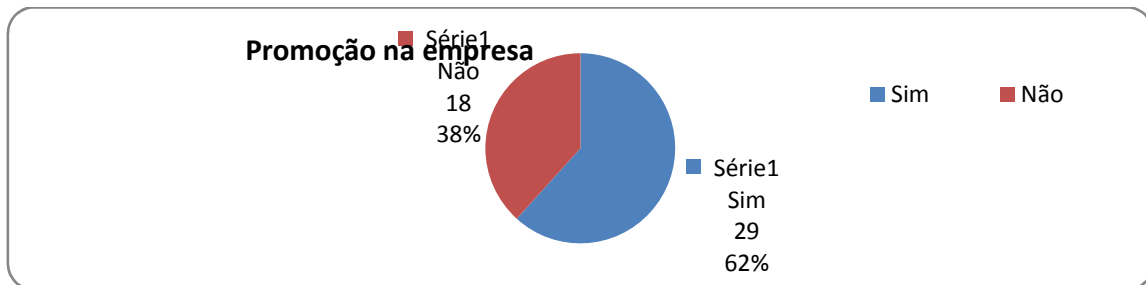
**Gráfico 55 - Atitudes Comportamentais Para Atingir a Promoção**



Fonte: Os autores

Na interpretação do gráfico acima sobre as atitudes comportamentais para atingir a promoção houve na opinião da maioria das pessoas questionadas 32%, ênfase no trabalho em equipe, como sendo nessa data o principal fator para levar a uma promoção. Em segundo lugar ficou a capacidade de inovação com 26%, o que poderá indicar que a rotina de trabalho está ficando mecânica e automática, não propiciando dessa forma motivação, também obteve índice expressivo com 21% o bom desempenho, caracterizando o comprometimento do funcionário ou colaborador com a sua empresa.

**Gráfico 16 - Promoção na Empresa**

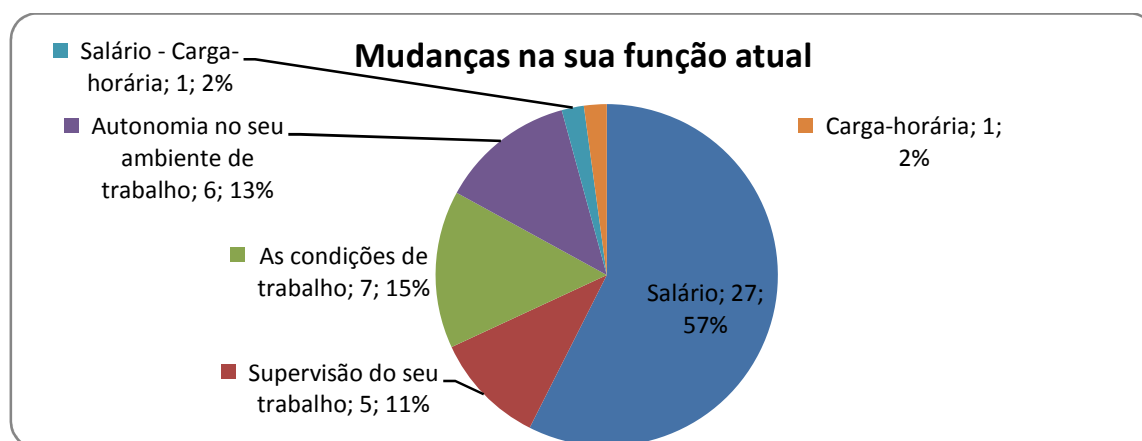


Fonte: Os autores



Possivelmente pelo que nos demonstra o gráfico acima o índice de promoção pode influenciar o grau de motivação dos demais resultados.

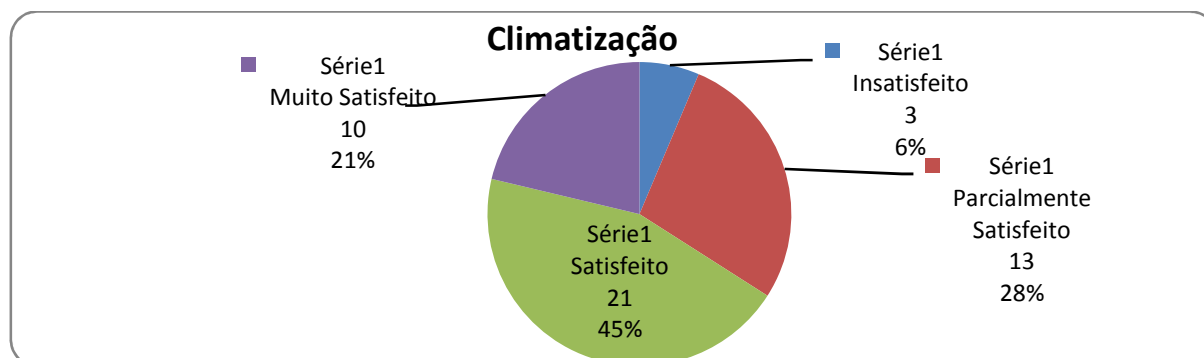
**Gráfico 6 - Mudanças Na Sua Função Atual**



Fonte: Os autores

O Gráfico analisado aqui indica um possível descontentamento com o provento recebido nesse momento, sendo fator apontado pela maioria dos funcionários questionados e de suma importância para a motivação humana devido as necessidades financeiras, em discordância com o gráfico de 8 (oito) que não expressava grande relevância no fator salário.

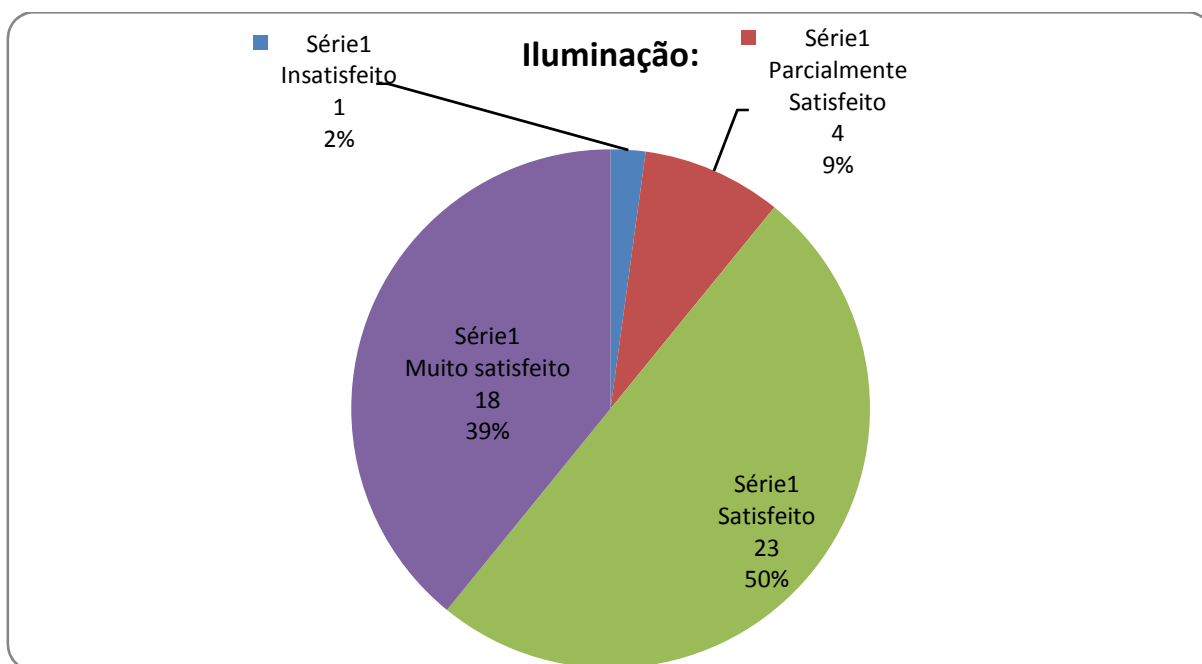
**Gráfico 19–Quanto ao Local de Trabalho da Climatização**



Fonte: Os autores

Conforme demonstra o gráfico acima 45% dos funcionários estão satisfeitos com o local de trabalho relativo à climatização, não sendo identificada expressiva insatisfação na questão relacionada à climatização, o que pode ser devido à empresa proporcionar proximidade quanto à realização do trabalho realizado e seu acompanhamento por parte do cliente.

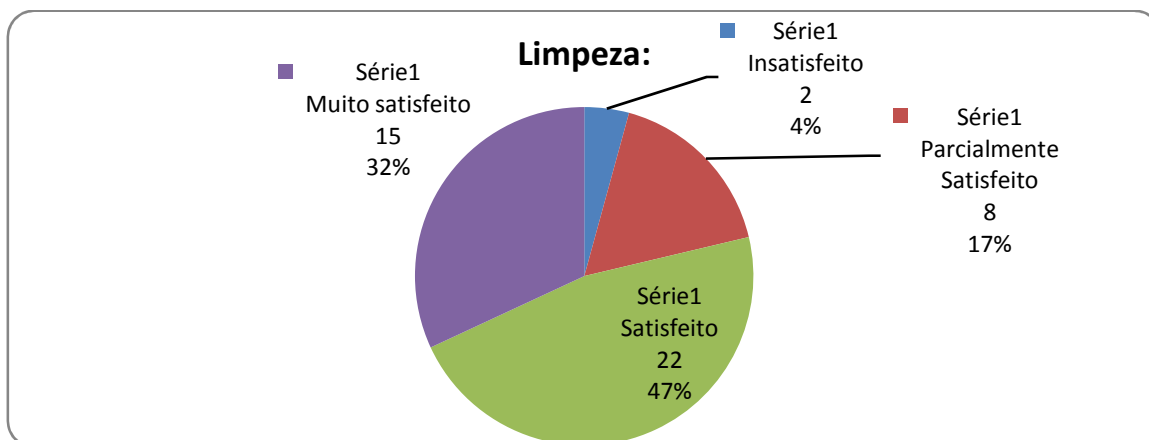
**Gráfico 20 – Iluminação**



**Fonte: Os autores**

Relativo a iluminação 50% dos funcionários estão satisfeitos com a iluminação da empresa que trabalham, não sendo fator expressivo de insatisfação a questão de iluminação, tal fator pode ser devido a posição geográfica da cidade propiciar excelente luminosidade em toda a região.

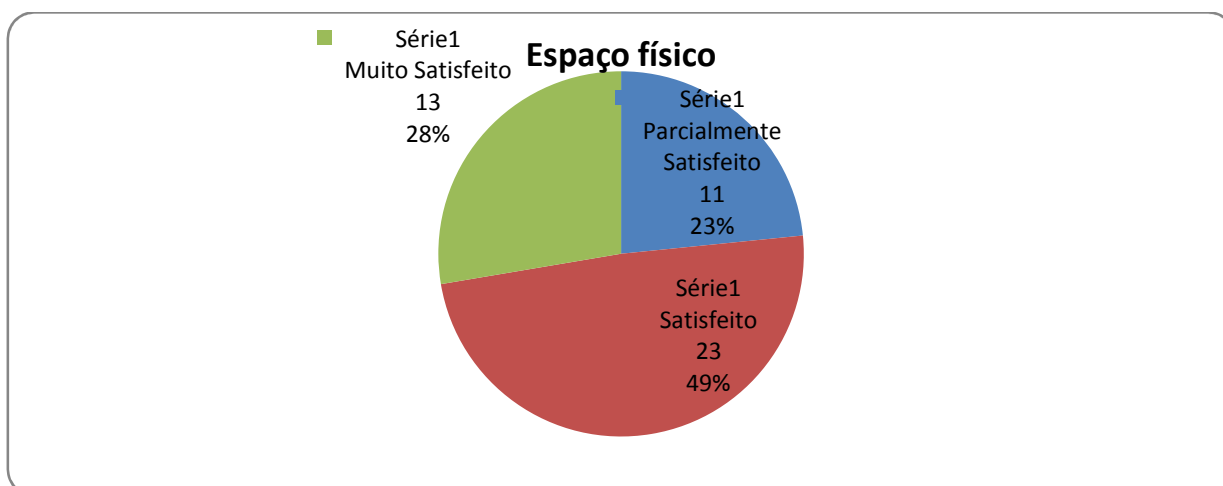
Gráfico 21 – Limpeza



Fonte: Os autores

Dos entrevistados, 47% de satisfação e 32% de muita satisfação demonstram que alguns setores da empresa encontram a limpeza no nível esperado, porém mesmo que em pequena proporção o tema limpeza ainda apareceu em 4% dos funcionários questionados, é possível que em alguns setores haja a necessidade de um planejamento para identificar a causa da possível queixa.

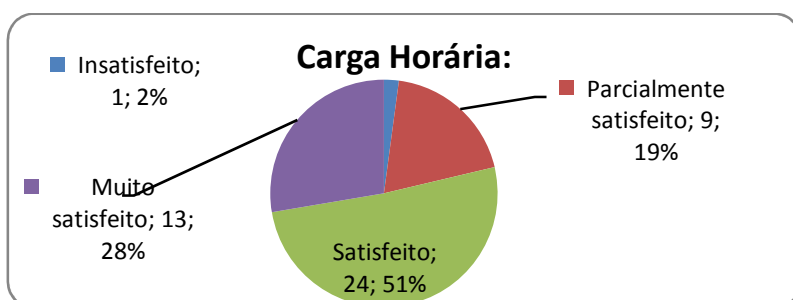
Gráfico 22 - Espaço físico



Fonte: Os autores

A análise a ser feita é de que o índice de aprovação na questão do espaço físico foi unânime e pode se dever ao tipo de trabalho onde se necessita de espaço físico suficiente para manutenção e vendas dos produtos ofertados pela empresa.

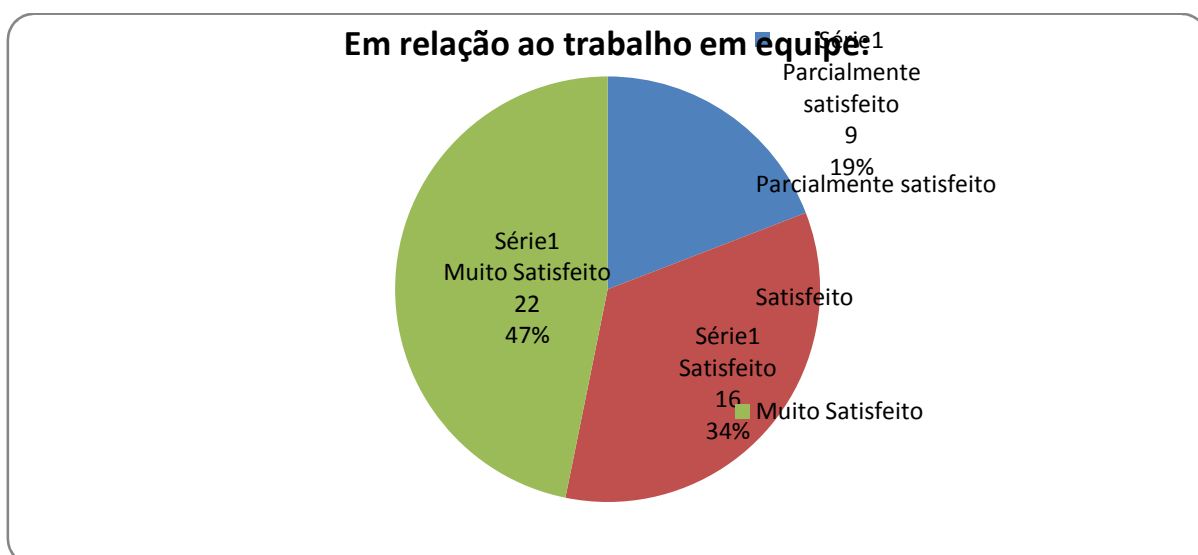
**Gráfico 23 - Carga Horária**



Fonte: Os autores

Os horários de trabalho destes setores de comércio seguem os demais padrões do mercado local, com 51% de satisfação e 28% de muita satisfação o horário de trabalho não mostrando grau de insatisfação significativo.

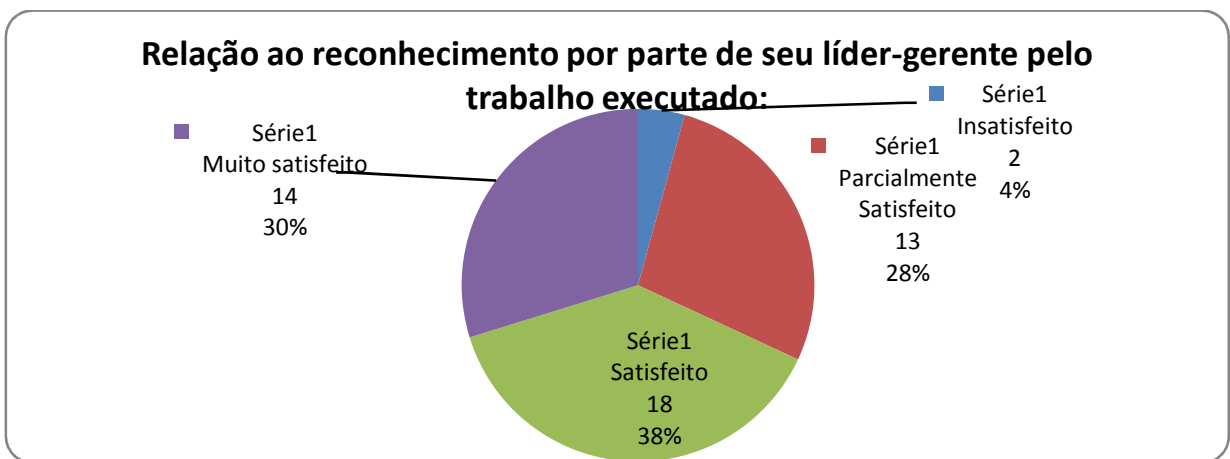
**Gráfico 74 - Em relação ao trabalho em equipe**



Fonte: Os autores

Na interpretação do gráfico acima sobre as o trabalho em equipe com 47% de muita satisfação e 34% de satisfação, demonstra que quanto ao trabalho em equipe não houve insatisfação por parte dos funcionários questionados devemos considerar ainda que o trabalho em equipe obteve o maior índice na questão relacionada a fator de promoção.

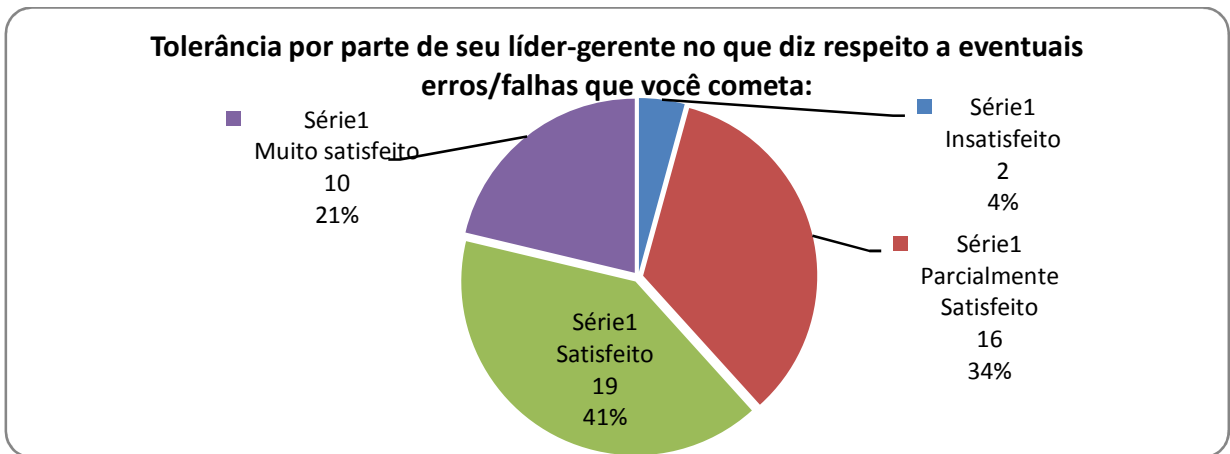
**Gráfico 25 - Relação ao Reconhecimento Por Parte de Seu Líder-gerente Pelo Trabalho Executado.**



**Fonte: Os autores**

Pode-se observar que 38% dos colaboradores estão satisfeitos em relação ao reconhecimento por parte de seu líder-gerente, o que mostra que provavelmente esses líderes aplicam técnicas motivacionais que reconhecem o trabalho de seus colaboradores, como prêmios de produção, regalias sociais, progressão de carreira e outros.

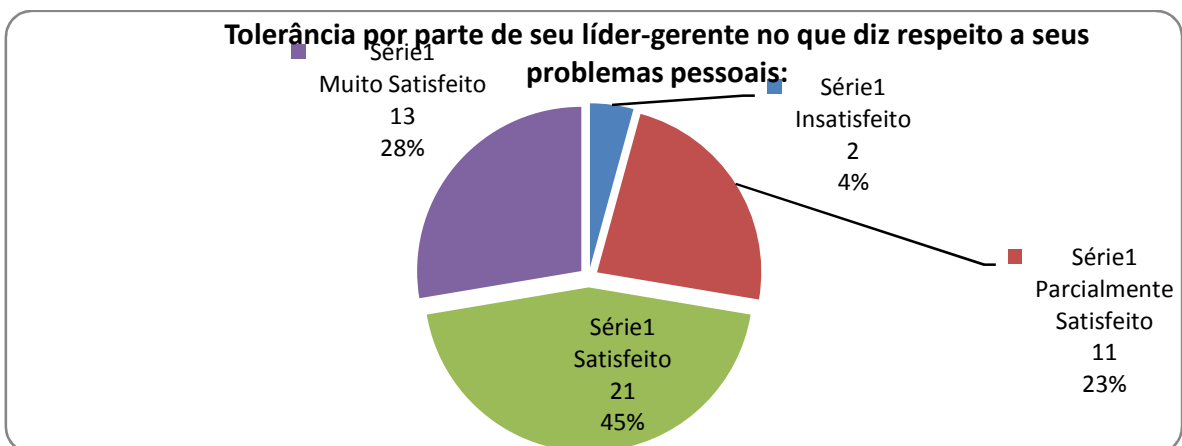
**Gráfico 26 - Tolerância por parte de seu líder-gerente no que diz respeito a eventuais erros/falhas que você cometa**



Fonte: Os autores

A pesquisa mostrou que os atuais líderes-gerentes das empresas pesquisadas, são tolerantes e sabem como deve motivar um funcionário quando o mesmo comete um erro. Afinal erro é humano, que é errando que se aprende e incentivando pode ter um bom desempenho e maior produtividade. 41% dos funcionários mostraram satisfeitos com os seus superiores.

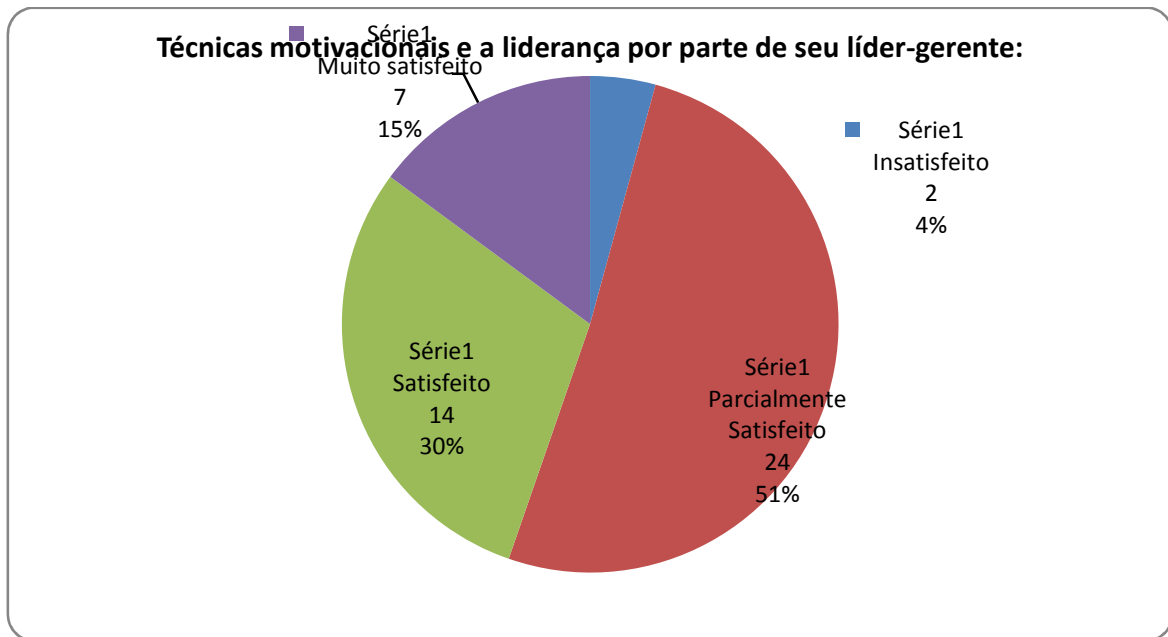
**Gráfico 27 - Tolerância por Parte de Seu Líder-gerente no Que Diz Respeito a Seus Problemas Pessoais:**



Fonte: Os autores

Nesta abordagem vemos que os gestores estão mais voltados com cuidados familiares de seus colaboradores, os mesmos mostraram satisfeitos. 45% dos líderes gerentes, atuais são mais compreensivos com relação aos problemas pessoais(família).

**Gráfico 28 - Técnicas motivacionais e a Liderança por Parte de Seu Líder-gerente**



Fonte: Os autores

No gráfico acima, 51% dos colaboradores das concessionárias de motos dizem parcialmente satisfeitos com as técnicas motivacionais de seus líderes-gerentes. A liderança é uma forma de influência. “A influência é uma transação interpessoal em que uma pessoa age para modificar ou provocar o comportamento de outra pessoa, de maneira intencional.” (CHIAVENATO, 1999). Argumenta que a motivação está contida dentro das próprias pessoas e pode ser amplamente influenciada por fontes externas ao indivíduo ou pelo seu próprio trabalho na empresa. Portanto as técnicas devem caminhar junto ao empregado e liderança.

## **7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

O desenvolvimento desse artigo, desde a escolha do tema, demonstra uma necessidade de averiguação motivacional para os colaboradores das empresas de motos. Cáceres, uma cidade que antes era conhecida por ser a cidade das bicicletas, passou então a ser a cidade das motocicletas. Para realização da pesquisa, algumas variáveis, tais como tempo disponível e a colaboração dos gerentes entrevistados entre outros, fato raro nestas empresas, já que muitos dos entrevistados nunca tinham participado de pesquisa para diagnóstico de motivação.

Nenhuma organização, seja ela do ramo de motocicletas ou não, consegue sobreviver atualmente sem ter uma política motivacional com seus colaboradores. Dessa forma, a preocupação com opiniões, tendências e exigências dos funcionários é de suma importância para todos. São fatores que realmente preocupam, relacionados a motivação, fazendo com que as empresas tendam a investir mais em melhorias relacionadas com o bem estar e satisfação de seus colaboradores. No decorrer da pesquisa pôde-se observar que as empresas detêm mesmo a presença de um funcionário bem motivado e a percepção de ambiente bom para se trabalhar é irreal daquilo que as teorias apresentam.

A pesquisa possibilitou identificar uma real necessidade da preparação dos próprios gestores no tocante ao colaborador e sua importância no processo. As empresas crescem e a compatibilidade de conhecimento e evolução do colaborador junto aos aspectos motivacionais estão emperrados, contudo, ainda sim, os trabalhadores estão motivados.



## 8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCHER, E. R. Mito da Motivação. In: BERGAMINI, C. W.; CODA, R. (Org.). **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FABOSSI, M. **Coração de líder: A essência do líder coach**. São Paulo: AbbaPress, 2009.

FERREIRA, A. B. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; 1986.

JOHN, A. W; JOHN, R. H. **Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LOPES, T. **Motivação no trabalho**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1980.

MAXIMIANO, A. C. **Teoria geral da administração: Da revolução Urbana á Revolução Digital**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, D. **Teoria geral da administração: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2008.

## ANEXO I- QUESTIONÁRIO

### Questionário sobre Motivação nas Concessionárias de Motos em Cáceres – MT.

#### Orientações:

- Marque a resposta que mais se enquadra à sua motivação na empresa onde trabalha. Não é necessária a sua identificação.

---

#### 1- Idade:

18 – 28;  29 – 39;  40 – 50;  Maior de 50;

#### 2- Sexo:

Masculino;  Feminino;

#### 3- Formação:

Ensino Fundamental;  Ensino Médio;  
 Ensino Superior incompleto (cursando);  Ensino Superior completo;  
 Pós graduação;

#### 4- Tempo em que trabalha na empresa:

Menos de 6 meses;  Um ano;  três anos;  
 Cinco anos;  Mais de cinco anos;

#### 5- Para você, quais os benefícios que são gerados pela motivação?

Maior Produtividade;  Maior Desempenho;  
 Mais Confiança;  Melhor ambiente de trabalho;  
 Maior comunicação.

**6- Qual é o seu grau de motivação no atual emprego:**

- Muito Desmotivado;  Desmotivado;  
 Motivado;  Muito Motivado;

**7- Conceitue de 0 a 10 (onde 10 é muito motivado e 0 é totalmente desmotivado), o que mais te motiva no seu trabalho:**

- Salário;  Segurança;  Condições de Trabalho;  
 Horário de Trabalho;  Prêmios de Produção;  Reconhecimento profissional;  
 Progressão de Carreira;  Regalias Sociais;  
 Relação entre o líder-gerente e os colaboradores;  
 Ambiente de Trabalho (relação com os colegas – o trabalho em equipe).

**8- Conceitue de 0 a 10 (onde 10 é muito motivado e 0 é totalmente desmotivado), quais são os fatores que você considera mais importante para a motivação:**

- Segurança;  Horário de Trabalho;  Realização Pessoal;  
 Relação entre o líder-gerente e os colaboradores;  Salário;  
 Condições de Trabalho;  Ambiente de trabalho (relação com os colegas – o trabalho em equipe);  
 Reconhecimento profissional;  Regalias Sociais;  
 Promoções.

**9- Partindo do princípio que uma promoção é um fator de motivação, marque três atitudes comportamentais que no seu ponto de vista sejam fundamentais para atingir esse objetivo:**

- Capacidade de inovação;  Gestão de Stress;  
 Capacidade de Avaliação;  Agilidade;  
 Bom Desempenho;  Frequência;  
 Trabalho em equipe;  Experiência.

**10- O senhor (a) já teve alguma promoção na empresa:**

( ) Sim;( ) Não.

**11- O que você mudaria na sua função atual?**

- ( ) Salário;( ) As condições de trabalho;  
 ( ) Regalias Sociais;( ) Autonomia no seu ambiente de trabalho;  
 ( ) Carga-horária;  
 ( ) Ambiente de Trabalho (relação com os colegas – o trabalho em equipe);  
 ( ) Supervisão do seu trabalho.

**12- Quanto ao local de trabalho, espaço físico, iluminação, climatização, higiene e limpeza o senhor (a) se sente:**

- ( ) Muito Satisfeito; ( ) Parcialmente Satisfeito;  
 ( ) Satisfeito; ( ) Insatisfeito.

**13- Quanto à carga horária executada diariamente o senhor (a) considera-se:**

- ( ) Muito Satisfeito; ( ) Parcialmente Satisfeito;  
 ( ) Satisfeito; ( ) Insatisfeito.

**14- No que diz respeito ao relacionamento entre você e os colegas com quem trabalha, em relação ao trabalho em equipe você está:**

- ( ) Muito Satisfeito; ( ) Parcialmente Satisfeito;  
 ( ) Satisfeito; ( ) Insatisfeito.

**15- Relação ao reconhecimento por parte de seu líder-gerente pelo trabalho que executa, você está:**

- ( ) Muito Satisfeito; ( ) Parcialmente Satisfeito;

Satisfeito;

Insatisfeito.

**16- Em relação à tolerância por parte de seu líder-gerente no que diz respeito a eventuais erros/falhas que você cometa você está:**

Muito Satisfeito;  
Satisfeito;

Parcialmente

Satisfeito;

Insatisfeito.

**17- Em relação à tolerância por parte de seu líder-gerente no que diz respeito a seus problemas pessoais, você está:**

Muito Satisfeito;  
Satisfeito;

Parcialmente

Satisfeito;

Insatisfeito.

**18- Em relação às técnicas motivacionais e a liderança por parte de seu líder-gerente, você está:**

Muito Satisfeito;  
Satisfeito;

Parcialmente

Satisfeito;

Insatisfeito.

**- Obrigado pela colaboração ao responder o presente questionário.**