

ESTILOS DE LIDERANÇAS: COMO INFLUENCIAR A MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DE UMA EMPRESA DE PROVEDOR DE INTERNET NO MUNICÍPIO DE RIO VERDE

GABRIELA CRISTINNE QUEIROZ PINTO
Graduando em Administração.

ANDRIELY ALVES DA SILVA
Graduando em Administração.

HELBIO CARLOS SARDINHA
Professor(a) do curso de Administração.

RESUMO

Este estudo teve por objetivo analisar os estilos de liderança e suas estratégias para melhor capacitar os colaboradores, compreendendo o impacto relacionado sob as lideranças na motivação dos colaboradores, apresentando o conceito dos estilos de liderança e suas influências, bem como quais posturas de líderes impactam nas respostas dos colaboradores e a partir disso, propor uma estratégia de ações internas para melhorar os resultados. Realizou-se um estudo de caso em uma empresa prestadora de serviços de internet banda larga criada em 2009, com 4 filiais em Goiás, sendo nos municípios de Rio Verde, Maurilândia, Doverlândia e Santo Antônio da Barra, contando atualmente com 20 colaboradores, que foram submetidos a aplicação de um questionário com o intuito de investigar a realidade prática do objeto da pesquisa, os estilos de liderança e sua influência na motivação na empresa em questão. Constatou-se que o líder e seu estilo de liderar forma nos seus subordinados uma percepção acerca de si, o que influenciará em seus comportamentos e produtividade, além disso, este deve estar atendo à motivação dos colaboradores e propor planos de metas e recompensas, o que justificará um esforço maior em intensificar os resultados da empresa por meio do mundo digital, promovendo um ciclo virtuoso de clientes.

Palavra-chave: Lideranças. Motivação. Provedor. Colaborador.

LEADERSHIP STYLE: HOW TO INFLUENCE THE MOTIVATION OF EMPLOYEES OF A COMPANY PROVIDING INTERNET

This study aimed to analyze leadership styles and their strategies to better enable employees to use digital tools, understanding the impact related to leadership on employee motivation, presenting the concept of leadership styles and their influences, as well as which ones Leaders' postures have an impact on employees' responses and, based on that, propose a strategy of internal actions to improve results. A case study was carried out in a company that provides broadband internet services created in 2009, with 4 branches in Goiás, being in the municipalities of Rio Verde, Maurilândia,

Doverlândia and Santo Antônio da Barra, currently counting on 20 employees, who were submitted to the application of a questionnaire in order to investigate the practical reality of the research object, leadership styles and their influence on motivation in the company in question. It is concluded that the leader and his style of leadership form in his subordinates a perception about himself, which will influence their behavior and productivity, in addition, he must be attentive to the motivation of the collaborators and propose plans of goals and rewards, which will justify a greater effort to intensify the company's results through the digital world, promoting a virtuous cycle of customers.

Keyword: Leadership. Motivation. Provider. Collaborator.

1 INTRODUÇÃO

A liderança organizacional é aquela em que um líder é escolhido para atuar e ser o responsável dentro de uma organização por comandar uma equipe, que pode ser tanto todos da empresa, como de setores individuais, sendo a segunda opção a mais indicada, nestas cabe ao líder por interagir com todos os colaboradores de modo que esses realizem as tarefas determinadas visando gerar lucro ou alcanças melhores resultados. Mediante isso, o presente trabalho tem como tema os estilos de lideranças e se delimitará a abordar as influências da motivação dos funcionários na empresa de provedor de internet e a responder a seguinte pergunta problema: Como podemos motivar os funcionários dentro da empresa?

Assim, levantou-se como hipóteses, que o líder pode ter um estilo de liderar e a partir dele formará nos seus subordinados uma percepção acerca de si, o que influenciará seus comportamentos e produtividade.

O líder deverá estar atendo à motivação dos seus colaboradores, propondo planos de metas e recompensas, o que justificará um esforço maior em intensificar os resultados da empresa por meio do mundo digital, promovendo um ciclo virtuoso de clientes.

O objetivo geral da pesquisa é analisar os estilos de liderança e suas estratégias para melhorar a motivação de seus colaboradores.

Tem por objetivos específicos: analisar qual impacto está relacionado sob as lideranças e estudar por meio da literatura científica os principais estilos de liderança e suas influências na motivação dos colaboradores; verificar quais posturas dos líderes impactam nas respostas dos colaboradores e propor uma estratégia de ações internas para melhorar os resultados.

2 ESTILO DE LIDERANÇA NA MOTIVAÇÃO

2.1 Liderança

A liderança trata-se de um tema que tem sido estudado de modo incessante, o que garante muitas discussões, e diferentes interpretações e conceitos voltados para a ideia de que liderar trata-se de garantir o direcionamento das pessoas para um objetivo final com a aplicação de ordens e do seu exemplo próprio (VIEIRA, 2015).

Liderar é um comportamento existente desde a criação dos seres vivos racionais ou irracionais podendo ser um dom nato ou mesmo desenvolvido ao longo da vida. Em ambas as hipóteses, para que se esteja à frente seja qual for o segmento, sempre haverá a necessidade de aprimoramento (MARQUES; DALLE, 2016).

O líder sua vez pode ser conceituado como um indivíduo que representa a referência no ambiente organizacional, é uma função que traz consigo benefícios, porém, inúmeras responsabilidades. Dessa maneira, o líder deve conciliar o tempo para solucionar os problemas pontuais dos colaboradores e demais serviços internos diários, despertar a motivação dos colaboradores para que consigam desempenhar resultados satisfatórios, otimizar o tempo buscando excelência e eficiência, atender às expectativas da equipe, conseguir maximizar a qualidade do trabalho desempenhado superando as metas buscando o destaque dentro da empresa (MARQUES; DALE, 2016).

Assim sendo, um líder preparado consegue atribuir maiores benefícios à empresa que ele defende. Desta forma, as instituições devem incentivar e investir na capacitação de seus líderes em prol de alavancar os resultados da instituição. Diante disto, a figura do líder no ambiente empresarial, tanto pelo ponto de vista dos colaboradores e clientes, quanto da organização, é fundamental para o alcance de bons resultados. O líder pode ainda ser visto como aquele que conduz pessoas, influência, agindo com sabedoria para liderar em busca de seus objetivos (ALCALDE et. al., 2013).

Marques e Dalle (2016, p. 1) apontam que:

Toda empresa precisa de uma pessoa que tenha a habilidade de acompanhar, motivar e gerir equipes de uma maneira eficaz. O líder dentro do ambiente corporativo é o responsável por administrar os demais colaboradores, garantindo assim que os processos de trabalho estejam sendo feitos de maneira assertiva e dentro dos prazos estabelecidos. Além

disso, é importante que o líder seja uma pessoa que ajude seu pessoal a evoluir cada vez mais através da motivação, que terá. Como consequência, melhores resultados serão alcançados e tanto a corporação quanto os funcionários se sentirão satisfeitos e felizes.

O líder, quanto às suas funções deve oferecer ensinamentos e treinamentos aos colaboradores, avaliar o seu desempenho, atuar na supervisão das práticas realizadas por seus liderados e ainda estimular e direcionar a equipe para que realizem suas atividades de acordo com as necessidades da organização empresarial (MARQUES, 2016).

2.2.1 Tipos e estilos de liderança

Inicialmente, é necessário compreender que a liderança pode ser dividida entre democrática e autocrática, e também confundida com a autoridade formal, para melhor compreensão estes serão abordados a seguir.

Os estilos de liderança se dividem em comportamento, como a democracia e a autocracia, opostos, estes dois comportamentos caracterizam-se em divergência ao tradicional, podendo também ser entendidos como liderança orientada para a tarefa (autocrático) e liderança orientada para as pessoas no caso da liderança democrática (MAXIMIANO, 2000).

2.2.2 Liderança Autocrática

A liderança autocrática, também conhecida como autoritária, tem como característica ser baseada no poder, e focada nos processos, neste estilo, os fins justificam os meios, e não há preocupação com feedback ou com o desenvolvimento dos liderados, também não é necessário ter capacidade de ouvir. Observa-se que este estilo é considerado de baixa competência para lidar com pessoas (MARQUES, 2016).

É aquele líder focado apenas na execução de demandas e tarefas. Segue rigorosamente todas as leis e regras estabelecidas pela empresa. Sua liderança é autocrática porque só leva em conta sua própria opinião não dando abertura para contribuições de outros colaboradores ou subordinados. Ele é quem define o que, como, quando e em quanto tempo deverá ser feita determinada tarefa. Este tipo de liderança influencia negativamente a equipe, pois gera desmotivação e, conseqüentemente, improdutividade (MARQUES & DALLE 2016, p. 1).

Este modelo de liderança gera falta de mobilização por parte do liderado, uma vez que o líder autoritário sempre está à frente de tudo, toma todas as decisões, desse modo o colaborador não faz questão de participar, somente se preocupa em obedecer e fazer o que lhe mandam. Há em geral um grande sentimento de insatisfação e este se sente como uma máquina de produção, esse tipo de gestor é comparado a um ditador, estando presente ou não, sua imagem está relacionada a cobrança e punição severa, quando elogia, julga ou critica o faz de maneira pessoal, e desconsidera os fatores profissionais que devem ser predominantes nas relações de trabalho.

Este perfil pode ser necessário (aplicado) quando o liderado tenta desafiar seu superior, havendo desrespeito e não cumprindo com as suas obrigações, porém, é sempre melhor buscar o entendimento e não a opressão (MARQUES, 2016).

2.2.3 Liderança Democrática

De acordo com Mattos (2018), a liderança democrática permite a troca de ideias entre subordinados e líder, além disso garante melhorias da satisfação e moral dos subordinados, reduzindo a abstenção e a rotatividade. O líder neste modelo atua por meio de uma atitude de apoio, e se integra ao grupo e tem atitudes adequadas para auxiliar quando for solicitado ou houver necessidade além de incentivar a equipe a participar dos processos, deixando claro o que é inegociável e mantém a palavra final acerca de assuntos importantes.

Neste tipo de liderança, porém, há maior demora no processo de decisão, o que poderá levar a atrasos nos resultados, também pode não ser adequada se aplicada a uma equipe muito jovem e inexperiente, sendo melhor sucedida quando há uma certa senioridade no time, tendendo a ter melhor aproveitamento da experiência coletiva (MATTOS, 2018).

2.2.4 Liderança Liberal

A liderança liberal pode resultar em melhoras nos processos da organização, em casos específicos, neste caso, o líder deixa os profissionais livres para o desenvolvimento de seus planos e metas, com a participação mínima do líder, este não delega tarefas nem escolhe quem as executará, ele ainda não avalia o rendimento dos colaboradores. Este tem como vantagem promover o desenvolvimento da autoconfiança dos profissionais, além de melhorar o relacionamento interpessoal dos

integrantes da equipe, aumenta a eficiência, a motivação, a autonomia (MARQUES, 2017).

Este tipo de líder, como o próprio nome diz, é um profissional “mais liberal” que não supervisiona seus subordinados o tempo todo, pelo contrário, deixa seus colaboradores à vontade para exercerem suas atividades. Esta influência é positiva quando a equipe é madura o suficiente para “caminhar com as próprias pernas” e sabe bem os resultados que necessitam produzir. Neste sentido, esta liderança é benéfica pois estimula a criatividade da equipe (MARQUES & DALLE 2016, p. 1).

Esta liderança, no entanto, não é adequada quando os colaboradores não possuem conhecimento e experiências para colocar em prática as atividades, ou quando estes não conseguem trabalhar com definição e cumprimento de prazos, ou mesmo quando estes não são capazes de resolver problemas situações por conta própria. Este estilo de liderança pode ainda gerar desmotivação, individualismo, insatisfação, baixo rendimento, ou ainda desrespeito com os líderes (MARQUES, 2017).

2.2.5 Liderança Carismática e Liderança Transacional

Esta Liderança consiste em um estilo diferenciado, voltado para o sentimento, que transpõe o ambiente organizacional, influencia as emoções sendo comum na religião e na política, utiliza-se do carisma para cativar e causar efeito motivacional, de modo que os liderados transcendam seus próprios interesses na busca pelo objetivo maior, visando o cumprimento da missão, causa ou meta a que fora recrutado (AUGUSTO, 2013).

O autor ainda enfatiza que o estilo de liderança transacional é contrário ao estilo carismático, pois, neste caso, o líder transacional aplica a negociação, manipulação e promessas de recompensas com o intuito de fazer com que os liderados atendam ao foco do líder transacional, este analisa a necessidade de cada um e os motiva por meio de recompensa, pois, acredita que mesmo que o carisma seja importante não é o suficiente para garantir o sucesso.

Enfim, entende-se que o melhor líder é aquele que alcança os resultados objetivados, especialmente o desenvolvimento de seus colaboradores e da

organização, sendo necessário que este esteja em constante busca por aprimoramento.

2.3 A atuação do líder em prol da motivação da equipe

A responsabilidade de avaliar o clima em cada unidade é de quem detém a função de líder, pois ser líder é obter resultados através de outras pessoas, esta precisa conhecer o ambiente, bem como avaliar o grau de confiança existente, e como está a harmonia e a cooperação entre os colaboradores na empresa (LUZ, 2003).

A avaliação do clima organizacional compete aos gestores, líderes, encarregados, supervisores, coordenadores, diretores. Sendo função de todos esses citados, o monitoramento do clima bem como em caso de necessidade, intervir e agir, buscando sempre promover melhorias no clima organizacional da empresa. Em casos mais complexos, pode haver a necessidade de contratar uma consultoria externa que avaliará suas necessidades e peculiaridades da organização como: porte, estrutura, complexidade, resultados, disponibilidade financeira, entre outros (LUZ, 2003).

A administração é um dos trabalhos do líder, compreende-se assim que é através da iniciativa que se faz um clima organizacional vantajoso, onde as ascensões dos indivíduos, onde há motivação e realização do trabalhador, são as conexões internas das quais depende a lucratividade da organização (MAXIMIANO, 2007).

O conceito de motivação é muito amplo, não existindo uma regra geral onde, para ser utilizada deve seguir um conceito (BERGAMINI, 1997). Segundo Maximiano (2000), há dois grupos de motivos que influenciam o desempenho; motivos internos e motivos externos podendo estes ser considerados da seguinte maneira:

Motivos internos: surgem das próprias pessoas, como: aptidões, interesses, valores e habilidades. Vem do interior, é da natureza fisiológica e psicológica, afetados por fatores sociológicos como os grupos ou a comunidade de que a pessoa faz parte.

Motivos externos: são criados pela situação ou ambiente em que vive. São estímulos ou incentivos que o ambiente oferece ou objetivos que despertam um sentimento de interesse ou representam a recompensa a ser alcançada.

A motivação no trabalho tem séria conexão com o comportamento e com o desempenho espontâneo de cada trabalhador. Esta afirmação é feita tanto por cientistas como por pessoas leigas ou sem especialização da área de Recursos Humanos. O comportamento é criado e mantido ou alterado conforme as expectativas e metas criadas pelo indivíduo que o guia para a realização de um esforço para

alcançar seu objetivo.

De maneira geral a motivação é manifestada pela orientação do próprio trabalhador para realizar com eficiência e prestatividade as suas tarefas e persistir na sua execução até conseguir o resultado desejado. Os três principais componentes na motivação são ressaltados como: o impulso, a direção e a persistência do comportamento (MITCHELL, 1982; KANFER, 1990, 1992; KATZEL E THOMPSON, 1990; LOCKE E LATHAN, 1990; VALLERAND E THILL, 1993).

A teoria de Maslow afirma que a motivação do ser humano surge do anseio de satisfazer uma hierarquia de necessidades por meio de cinco níveis básicos: necessidades fisiológicas, de segurança, necessidades sociais, de autoestima e autorrealização (TOLEDO, 1989).

As necessidades fisiológicas são o topo da pirâmide e abrangem: intervalos de descanso, conforto físico, horário de trabalho razoável; a segurança está logo acima e abrange: condições seguras de trabalho, remuneração e benefícios, estabilidade no emprego; quanto as necessidades sociais estas abrangem amizade dos colegas, interação com os clientes, gerente/líder amigável; por sequência a autoestima que abarca a responsabilidade por resultados, orgulho e reconhecimento, promoções; e por fim está a autorrealização onde está o trabalho criativo e desafiante, diversidade e autonomia, participação nas decisões (TOLEDO, 1989, p.38)

A teoria de Maslow foi fundamental para a administração, pois o conceito das necessidades e a motivação do comportamento do ser humano foram melhor abrangidos, de forma que organização e colaborador se entendam, tenham um bom relacionamento e sintam bem recompensados e satisfeitos com seus resultados.

3 METODOLOGIA

De acordo com Lima et al. (2012) “o estudo de caso tem sido apontado como um método de pesquisa utilizado nas Ciências Sociais Aplicadas”. No entanto, a qualidade é discutida quanto ao rigor metodológico e o planejamento da pesquisa, bem como a validade do estudo.

Assim, o estudo de caso será realizado fundamentado em uma pesquisa bibliográfica sobre os aspectos teóricos necessários para o desenvolvimento da pesquisa. Quanto a sua aplicação, será utilizado um questionário elaborado a partir das informações levantadas na etapa anterior, visando investigar a realidade prática

do objeto da pesquisa, os estilos de liderança e sua influência na motivação na empresa X.

A partir da coleta de dados com o uso de questionário as informações serão tabuladas e quantificadas, e seus resultados serão comparados a literatura.

3.1 Caracterização da empresa

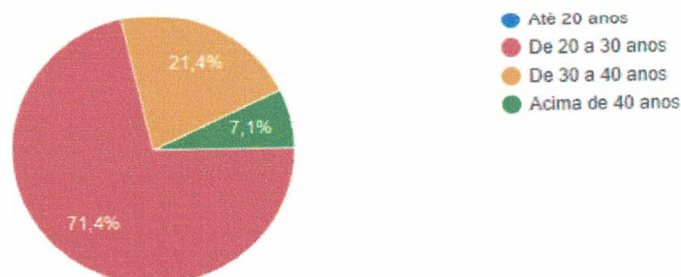
A empresa objeto de estudo é uma prestadora de serviços de internet banda larga criada em 2009, com o intuito de oferecer serviço de conexão com qualidade e segurança e tecnologia de ponta. Ela está sempre em busca de levar o melhor para o seu cliente, constantemente aprimorando os de seus serviços e acompanhando as tendências inovadoras do mercado e treinamento de pessoas.

A empresa conta com 4 filiais em Goiás, sendo nos municípios de Rio Verde, Maurilândia, Doverlândia e Santo Antônio da Barra. A empresa ainda oferece Internet Empresarial com 100% fibra óptica de ponta, possibilitando o fornecimento de um sinal de internet de alta velocidade e muita estabilidade. Há uma equipe técnica dedicada para atender a qualquer necessidade do cliente. Além de um provedor de internet, a empresa visa elaborar soluções customizadas para os clientes, um atendimento ágil e transparente, inclusive com planos rurais que estão cada vez mais conectadas.

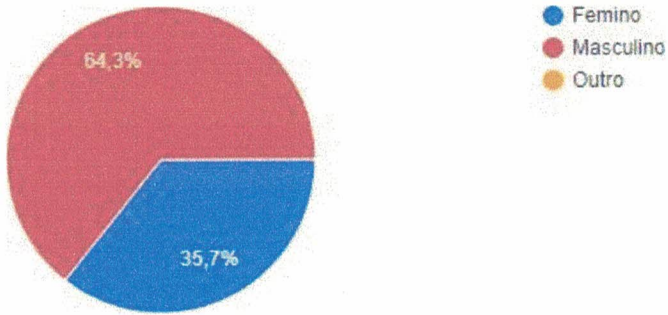
Quanto ao treinamento, sempre quando entra funcionários novos a empresa oferta seu treinamento personalizado, desse modo a empresa atualmente possui com 20 colaboradores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir dos dados coletados foram geradas representações gráficas conforme mostradas a seguir para que estes fossem analisados e discutidos, O questionário aplicado aos colaboradores da empresa objeto de estudo foi respondido por 14 colaboradores e o primeiro gráfico apresenta a faixa etária dos entrevistados:

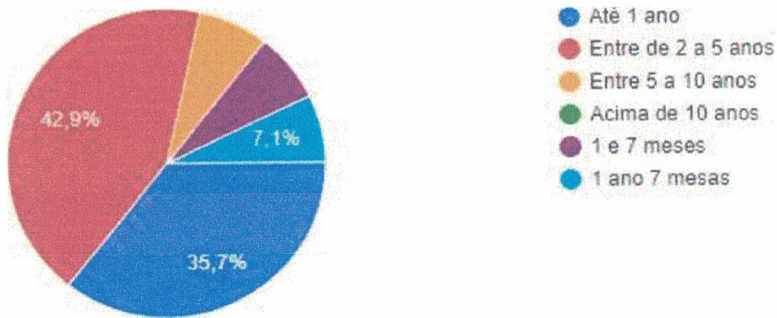


Para analisar a influência da faixa etária na motivação dos colaboradores solicitou-se que as entrevistadas no gráfico 1 se citam na sua idade dentro dos grupos divididos, observou-se que 71,4% possuem idade entre 20 e 30 anos (adultos jovens), 21,4% com idades entre 30 e 40 anos, e 7,1% com idade acima de 40 anos.



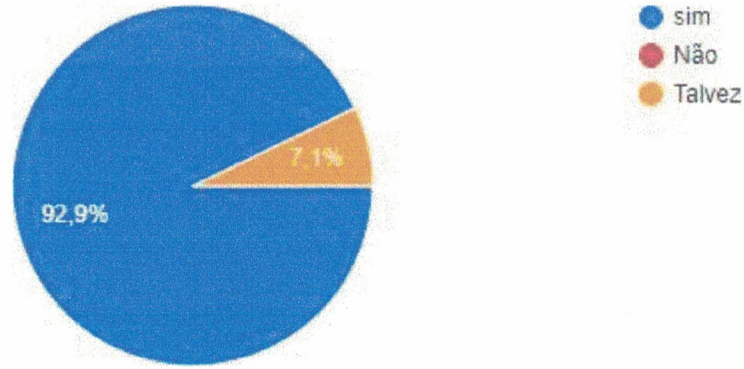
FONTE: Dados da pesquisa (2022).
GRÁFICO 2 – Gênero dos entrevistados

De acordo com os dados no gráfico 2 foram coletados foram 64,3% são colaboradores do sexo masculino e 35,7% são do sexo feminino.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).
GRÁFICO 3 – Tempo de serviços

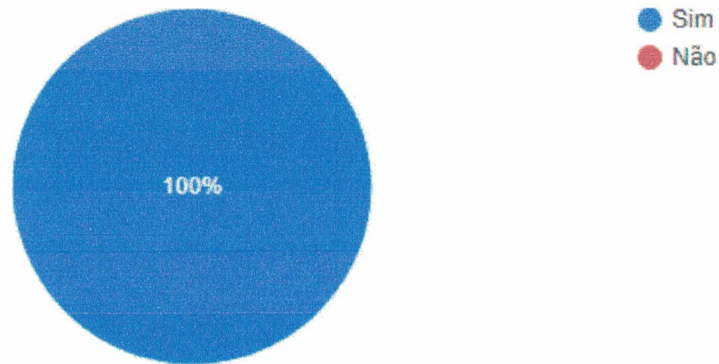
Observa-se que no gráfico 3 a empresa objeto de estudo está ligada a tecnologia assim, é uma empresa jovem, o que justifica o tempo de serviço dos entrevistados, destes 42,9% estão na empresa entre 2 e 5 anos contratados, já 35,7% são colaboradores que estão na empresa por até 1 ano de contratação, 7,1% estão na empresa entre 5 e 10 anos e 14,2% estão na empresa a 1 ano e 7 meses.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 4 - Colaborador é estimulado a ter iniciativas na empresa

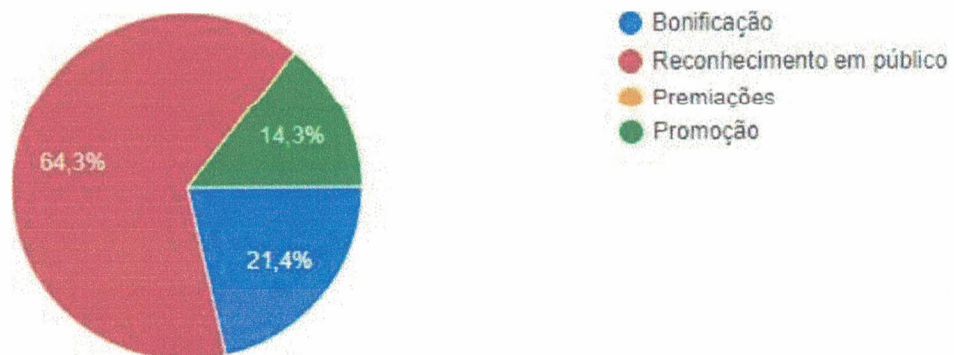
Mediante no gráfico 4 o questionamento, 92,9% afirmaram que sim, são estimulados a apresentar iniciativas na empresa, e 7,1% tem a percepção de que talvez seja estimulado para ter iniciativa.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 5 - Trata do questionamento se a empresa aceita sugestões de melhoria

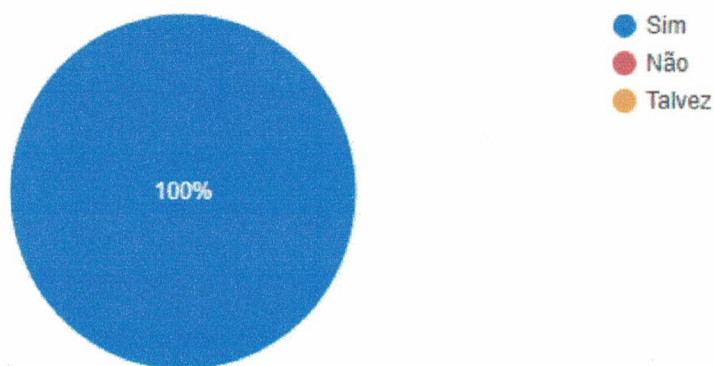
Todos os entrevistados, confirmaram que a empresa aceita sugestões de melhoria, e com isso se vê que a empresa aceita bem sugestões e com ajuda a motivar seus colaboradores.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 6 - Questiona se os esforços individuais e equipe são reconhecidas

Conforme o gráfico 6, dentre os entrevistados, percebe-se que os seus esforços em 63,3% são reconhecidos em públicos, e bonificações são 21,4% enquanto que 14,3% são geradas de promoção de cargos ou salários.

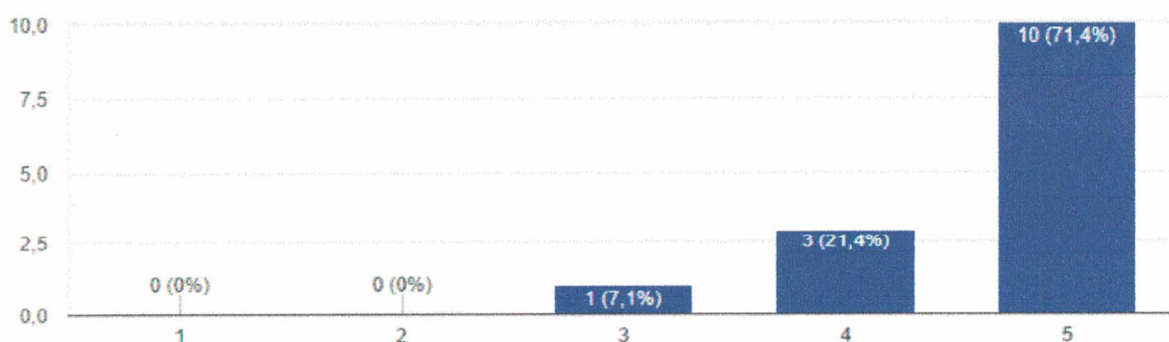


FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 7 - Questionar a delegação de competências e responsabilidades dentro da empresa

De acordo com o gráfico 7, todos de forma unanime, confirma que a empresa delega competências e responsabilidade aos seus empregados, e com isso se sentem mais motivos a dar o melhor de si.

A 8ª questão foi uma discursiva e apontou em como é apresentado o aprendizado de novos métodos de trabalho, onde os entrevistados afirmaram que os métodos são apresentados por exemplo, através de e-mail ou pelo WhatsApp, onde são oferecidos curso e especializações de forma regular. Além disso, ocorre reuniões fregente forem surgindo a necessidade, além disso, há palestras com a equipe principalmente relacionado ao atendimento e vendas.

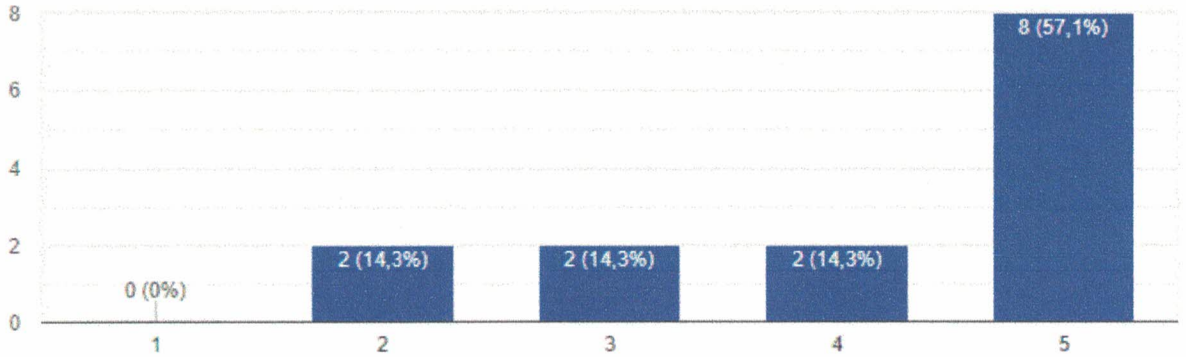


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 9 – Grau de motivação para o desenvolvimento do trabalho em equipe

Considerando 1 muito insatisfeita, 2 insatisfeitas, 3 regular, 4 satisfeita e 5 muito satisfeita, observa-se que no gráfico 9 informa que 7,1% estão com a motivação

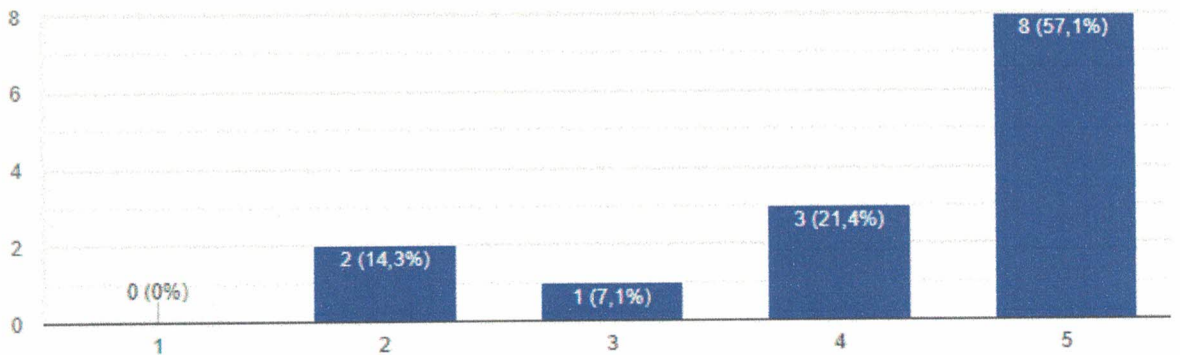
considerada regular. E 21,4% consideraram como satisfeita, porém, a maioria 71,4% afirmou ter alto grau de motivação para trabalhar em equipe.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 10 - Trata da satisfação acerca do envolvimento dos colaboradores nos processos de tomada de decisão

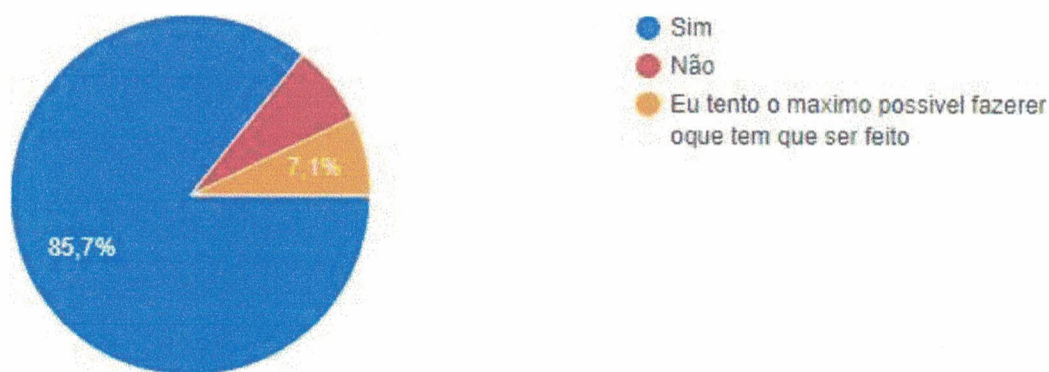
Já no gráfico 9, vê-se que 14,3% afirmaram serem insatisfeitos em relação à motivação quanto trata-se de tomada de decisão, em mesma quantidade de respondentes, houveram respostas regular e satisfeita e a maioria, 57.1% consideraram a motivação muito satisfeita, sendo 1 muito insatisfeita, 2 insatisfeitas 3 regular, 4 satisfeita.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 11 - Questiona se há satisfação com o mecanismo de comunicação entre colaboradores e gestores.

Considerando a legenda utilizada nas questões anteriores, 14,3% afirmaram estarem insatisfeitos com o mecanismo de comunicação entre colaboradores e gestores, 7,1% consideraram regular e 78,5% disseram satisfeitos e muito satisfeito.



FONTE: Dados da pesquisa (2022).

GRÁFICO 12 - Trata dos níveis de envolvimento dos colaboradores na organização conforme sua respectiva função

Nesta questão observou-se que 85,7% acreditam que sim, os níveis de envolvimento dos colaboradores estão de acordo com suas respectivas funções, 7,1% afirmaram que não, e em mesma proporção os colaboradores responderam que tentam ao máximo fazer tudo que deve ser feito.

Na questão 13 abordou-se sobre a motivação na empresa e como poderia melhorar, por conseguinte, os colaboradores contribuíram que o aumento de salário seria o principal fator motivador, outro concorda que faltam bonificações financeiras. Houve, porém, colaborador que considerou a motivação ruim e dois questionaram a comunicação entre partes da equipe, sendo suporte de vendas. Outro colaborador contribuiu que o trabalho em equipe é sua melhor motivação, outro pontuou que, a “motivação de cada dia é saber que somos reconhecidos pelo nosso trabalho dentro da empresa, cada um tem seu mérito do cargo que está!”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste trabalho permitiu o alcance dos objetivos propostos, bem como a confirmação da hipótese inicial de que o líder pode ter um estilo de liderar e a partir dele formará nos seus subordinados uma percepção acerca de si, o que influenciará seus comportamentos e produtividade,

O líder deverá estar atento à motivação dos colaboradores e propor planos de metas e recompensas, o que justificará um esforço maior em intensificar os resultados da empresa por meio do mundo digital, promovendo um ciclo virtuoso de clientes.

Observou-se que a maioria dos entrevistados tinha idade entre 20 e 30 anos (adultos jovens), do sexo masculino, com a maioria entre 2 e 5 anos de tempo de serviços, estes afirmaram se sentirem estimulados a apresentar iniciativas na empresa, e a empresa aceita sugestões de melhoria, os mesmos percebem receber reconhecimento pelo serviço prestado de forma pública por meio de bonificações e promoção de cargo ou salários.

A empresa consegue delegar competências e responsabilidades aos seus empregados, e com isso se sentem mais motivados a dar o melhor de si, e a empresa oferta curso e especializações, estando em sua maioria altamente motivados para o trabalho em equipe, com a comunicação e com a tomada de decisão da empresa e estes acreditam que os níveis de envolvimento dos colaboradores estão de acordo com suas respectivas funções. Os fatores principais para os colaboradores, sendo que os mesmo sugeriu, sendo aumento de salários, bonificações financeiras, e plano de cargos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGUSTO, Isaías. **Liderança Carismática X Liderança Transacional**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/academico/lideranca-carismatica-x-lideranca-transacional/71008/>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

CODA, R. **Satisfação no trabalho e políticas de RH: uma pesquisa junto a executivos**. In: Bergamini, C.W.; CODA, R., orgs. *Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança*. São Paulo: Pioneira, 1997.

KANFER, R. **Motivation theory in industrial and organizational psychology**. In: DUNNETTE, M. D.; HOUGH, L. M. (Eds.). *Handbook of industrial and organizational psychology*. Palo Alto: Consulting Psychologist Press, 1990.

KATZELL, R. A.; THOMPSON, D. E. **Work motivation: theory and practice**. American Psychologist, 1980.

LOPES, Tomás de Vilanova Monteiro. **Motivação no trabalho**. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1980.

MARQUES, José Roberto; DALLE, Karin. **Tipos De Liderança E Seus Reflexos No Comportamento Organizacional**. Disponível em: <<http://www.segs.com.br/seguros/16512-tipos-de-lideranca-e-seus-reflexos-no-comportamento-organizacional.html>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria geral da administração**: da escola científica à competitividade na economia globalizada, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

McGREGOR, Douglas. **O lado humano da empresa**. In: BALCÃO, Yolanda Ferreira e CORDEIRO, Laerte L.. *O Comportamento Humano na Empresa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1992.

MITCHELL, T. R. **Motivation: new directions for theory, research, and practice**. *Academy of Management Review*: 1982.

MORAIS, Natallya Silva Dantas; BRITO, Max Leandro de Araújo. Marketing digital através da ferramenta Instagram. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, pág. e5-e5, 2020.

VALLERAND, J. R.; THILL, E. E. **Introduction à la psychologie de la motivation**. Laval: Vigot, 1993.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

PESQUISA SATISFAÇÃO COM MOTIVAÇÃO

Olá!

Antes de continuar, gostaria de agradecer pelo interesse em completar esta pesquisa.

Esse formulário tem o objetivo acadêmico, será usado para a elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso, sendo as informações prestadas sigilosas, e serão mantidos em anonimato. Lembrando que não tem resposta certa ou errada, gostaríamos de sua opinião sobre as perguntas a baixo.

1) Qual é a sua idade?

- Até 20 anos
- De 20 a 30 anos
- De 30 a 40 anos
- Acima de 40 anos

2) Qual é o seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Outro

3) Quanto tempo de serviços na empresa?

- Até 1 ano
- Entre de 2 a 5 anos
- Entre 5 a 10 anos
- Acima de 10 anos

4) Você é estimulado para dar iniciativa na empresa?

- Sim
- Não
- Talvez

5) São aceitas sugestões de melhoria?

- Sim
- Não

6) Os esforços individuais e equipes são reconhecidos?

- Bonificação
- Reconhecimento em público
- Premiações
- Promoção

7) Dentro da empresa são delegadas competências de responsabilidades?

- Sim
- Não
- Talvez

8) Como é apresentado para o aprendizado de novos métodos de trabalho?

9) Qual o grau de motivação para se desenvolver o trabalho em equipe?

- 1 Muito Insatisfeito
- 2 Insatisfeito
- 3 Regular
- 4 Satisfeito
- 5 Muito Satisfeito

10) Qual a satisfação sobre o envolvimento dos colaboradores nos processos de tomada da decisão?

- 1 Muito Insatisfeito
- 2 Insatisfeito
- 3 Regular
- 4 Satisfeito
- 5 Muito Satisfeito

11) Você é satisfeito com o mecanismo de comunicação entre colaboradores e gestores?

- 1 Muito Insatisfeito
- 2 Insatisfeito
- 3 Regular
- 4 Satisfeito
- 5 Muito Satisfeito

12) Os níveis de envolvimento dos colaboradores na organização estão de acordo com sua respectiva função?

- Sim
- Não

13) Como você vê sua motivação na empresa e como poderia melhorar?
