

**ESCOLA SUPERIOR ASSOCIADA DE GOIÂNIA – ESUP
NUCLEO DE PESQUISA E EXTENSÃO – NUPE**

**RELATÓRIO DE PESQUISA/PALESTRAS E TRABALHOS
RESULTADOS DE 2017/2018**

**COORDENAÇÃO
PROFA. DRA. TEREZA CRISTINA PINHEIRO DE LIMA**

DEZEMBRO/2018

APRESENTAÇÃO

O presente relatório tem como objetivo apresentar os trabalhos realizados em 2017/2018 nas atividades de ensino, pesquisa e extensão como forma de integrar os alunos do curso de Administração. A seguir o registro de todos os eventos e trabalhos realizados, a saber:

PALESTRA: GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA

DIA 3 DE ABRIL DE 2017

PALESTRANTE: GLAUCIA RIBEIRO

ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

OBJETIVO: Orientar e traçar junto com os alunos um plano de carreira como um guia que contribuirá para sua trajetória acadêmica e profissional. Destacar que o plano de desenvolvimento profissional pode ser elaborado a partir dos primeiros semestres do curso discutindo o perfil do Administrador no Projeto Político Pedagógico do Curso. Será possível traçar e identificar quais são seus objetivos profissionais, além de ter meios para definir quais passos serão necessários para atingir o desenvolvimento de carreira de forma plena e satisfatória.



PALESTRA: MOTIVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES NO OLHAR DOS COLABORADORES: ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS.

DIA 4 DE MAIO DE 2017

PALESTRANTE: RENATO MENDES.

ADMINISTRADOR, SÓCIO DIRETOR DA DUNOME CALÇADOS E POS GRADUADO EM GESTÃO COMERCIAL PELA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS



PALESTRA: EMPREENDEDORISMO: PERFIL E DESAFIOS

DIA 11 DE SETEMBRO DE 2017

PALESTRANTE: CEO GUILHERME CARVALHO



EMPRESA: QG PASTEIS E GRELHADOS – FRANQUIA COM 30 LOJAS

**PALESTRA: GESTÃO DE PESSOAS: CAPTAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E
CARREIRA – UM NOVO PERFIL DE COMPETÊNCIAS**

DIA 26 DE SETEMBRO

PALESTRANTE: JAQUELINE OLIVEIRA



EMPRESA: CIPHARMA



**PALESTRA: CAFÉ EXECUTIVO ESUP – TREINAMENTO E
DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS**

DIA 31 DE OUTUBRO DE 2017

PALESTRANTE: ELIANE

EMPRESA: CÉZAR TRANSPORTES

**PUBLICAÇÃO DE ARTIGO NO CONGRESSO NACIONAL DE
EXCELENCIA EM GESTÃO NO RIO DE JANEIRO**

PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS ALUNOS A PARTIR DA PESQUISA DENOMINADA:

PUBLICAÇÃO NOS ANAIS



IX Congresso de Sistemas LEAN



QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO EM UM CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS: UM ESTUDO DE CASO

Victória Figueiredo Motta Pimenta
Murilo Gouveia
Vitor Gouveia
Tereza Cristina Pinheiro de Lima

O presente estudo teve por objetivo pesquisar a qualidade de vida no trabalho dos funcionários da empresa Imperado. Trata-se de um estudo de caráter descritivo e exploratório, realizado através da aplicação de questionários aos funcionários de um Centro de Distribuição de Produtos Alimentícios. Os resultados indicam que os mesmos encontram-se satisfeitos, uma vez que dentre os oito critérios pesquisados, os percentuais de satisfação mais elevados em seus itens pesquisados foram de 82% com relação ao tema Compensação justa e adequada; 97% em dois itens do tema Condições de segurança e saúde no trabalho; 82% em um dos itens referente ao tema Oportunidade de uso imediato e desenvolvimento de capacidade; 67% no tema Chances de crescimento contínuo e segurança de emprego; no tema Integração social na empresa, 94% em seu item mais satisfatório; 95% referente a uma das questões relacionadas ao tema Constitucionalismo; no que diz respeito ao tema Trabalho e espaço total de vida, 94% em seu item mais satisfatório e no tema Relevância social da vida no trabalho o percentual de satisfação mais pontuado foi de 95%.

Palavras-chave: Qualidade de Vida no Trabalho; Modelo de QVT de Walton.

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO EM UM CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS: UM ESTUDO DE CASO

Número:

XII CNEG & III INOVARSE 2016

Código do trabalho:

T16_145

Resumo:

O presente estudo teve por objetivo pesquisar a qualidade de vida no trabalho dos funcionários da empresa Imperado. Trata-se de um estudo de caráter descritivo e exploratório, realizado através da aplicação de questionários aos funcionários de um Centro de Distribuição de Produtos Alimentícios. Os resultados indicam que os

mesmos encontram-se satisfeitos, uma vez que dentre os oito critérios pesquisados, os percentuais de satisfação mais elevados em seus itens pesquisados foram de 82% com relação ao tema Compensação justa e adequada; 97% em dois itens do tema Condições de segurança e saúde no trabalho; 82% em um dos itens referente ao tema Oportunidade de uso imediato e desenvolvimento de capacidade; 67% no tema Chances de crescimento contínuo e segurança de emprego; no tema Integração social na empresa, 94% em seu item mais satisfatório; 95% referente a uma das questões relacionadas ao tema Constitucionalismo; no que diz respeito ao tema Trabalho e espaço total de vida, 94% em seu item mais satisfatório e no tema Relevância social da vida no trabalho o percentual de satisfação mais pontuado foi de 95%.

Autor:

[Tereza Cristina Pinheiro de Lima](#)

[Vitoria Figueiredo Pimenta](#)

[Victor Gouveia](#)

[Murilo Gouveia](#)

Congresso:

XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III INOVARSE 2016

 [T16_145.pdf](#)

***III SEMANA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA ESUP
SEMANA ACADÊMICA E ENCONTRO CIENTIFICO DA
FACULDADE ESUP***

EXPOSIÇÃO DE BANNERS DOS ACADÊMICOS

**MOTIVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: ANÁLISE DO PERFIL
MOTIVACIONAL DOS COLABORADORES DA NAJA
ACESSÓRIOS LTDA**

**Jorge Luiz Ferreira de Souza
Carlos Lopes Toni da Silva
Otávio Lacerda Freire
Luiz Felipe Wayne
Tereza Cristina Pinheiro de Lima**

RESUMO

O presente estudo aborda as teorias motivacionais e analisa sua aplicabilidade no âmbito corporativo. Metodologicamente, utiliza-se a pesquisa de campo a partir de questionários e entrevistas aplicados em uma empresa nacional atuante no ramo automobilístico, localizada na região centro-oeste do Brasil. A pesquisa buscou responder as seguintes problemáticas: o que motiva o indivíduo; métodos e estratégias motivacionais utilizadas pela empresa; como potencializar a energia humana e a associação das teorias motivacionais com a prática. Os resultados indicam o perfil motivacional da organização, facilitando a verificação dos pontos que mais estão sendo explorados, sobretudo os de maiores ausências. Com isso, é possível nortear os gestores em relação à tomada de medidas estratégicas no intuito de melhorar tanto os resultados pessoais quanto

profissionais dos colaboradores. Além disso, os resultados mais relevantes da pesquisa apontam também que a gestão de pessoas é imprescindível para o avanço da empresa, uma vez que os investimentos no âmbito motivacional geram resultados satisfatórios tanto para a corporação quanto para os colaboradores.

PALAVRAS CHAVES: Teorias motivacionais; Motivação no ambiente de trabalho; Gestão de pessoas.

MOTIVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: ANÁLISE DE UMA EMPRESA DE COMPONENTES AUTOMOTIVOS – UM ESTUDO DE CASO

Isadora Barbosa Ribeiro (CPF: 054.315.101-85) isadorabribeiro@hotmail.com

João Phelipe Mesquita (CPF: 702.889.701-01) joaophelipemesquista@gmail.com

Julia Elisa Tome Olivieri (CPF: 043.230.951-98) juelisa.olivieri@gmail.com

Maria Clara Durão (CPF: 103.671.987-11)

cacadurao97@gmail.com

RESUMO

O presente artigo faz uma abordagem das teorias motivacionais analisando sua aplicabilidade em uma empresa de componentes automotivos tendo como referência o questionário utilizados pelo prêmio Great Place to Work® 2015. Metodologicamente utilizou-se a pesquisa de campo a partir de questionários aplicados em 53 funcionários, em uma população de 60, com 5% de margem de erro amostral e 95% de grau de contabilidade. A pesquisa buscou responder as seguintes problematizações: o que motiva o indivíduo; métodos e estratégias motivacionais mais utilizadas pelas empresas; como maximizar a energia humana e aplicabilidade das teorias motivacionais. Os resultados indicam que os funcionários

PALAVRAS CHAVES: Motivação organizacional, Administração, estratégias motivacionais.

ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO RAMO DE HOTELARIA: MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL

Danilo Marques

Guilherme

Thais Dias

Tatiana Gomes de Oliveira

Ycaro Felipe da Mata

RESUMO

Este estudo tem como finalidade, abordar o tema da motivação organizacional na empresa no segmento de hotelaria, localizado em Goiânia-GO, demonstrando fatores que interferem no desempenho dos colaboradores. A metodologia utilizada foi uma pesquisa de campo, de cunho quantitativo e qualitativo, através da aplicação de questionários buscando identificar a satisfação e motivação do grupo em estudo. Os resultados permitem afirmar que os funcionários se sentem satisfeitos e motivados quanto as necessidades humanas (Maslow) precisando investimentos em salário, qualificação e políticas de manutenção e desenvolvimento na empresa.

PALAVRAS CHAVES: Motivação organizacional, teorias motivacionais, estratégias, gestão.

MOTIVAÇÃO EM GRANDES EMPRESAS: ESTUDO DE EMPRESA VAREJISTA VENCEDORA DO PRÊMIO GREAT PLACE TO WORK® CENTRO-OESTE 2015

André Camargo Andreoli; Célio Borges Sales Filho; Danilo Mattos de Barros; Wilker de Oliveira Paniago; Profa. Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar a motivação no contexto de uma grande empresa, vencedora do prêmio Great Place to Work Centro Oeste. A pesquisa que foi desenvolvida utilizando adaptações dos formulários do Great Place to Work Centro-Oeste para analisar as opiniões dos empregados acerca do local de trabalho, suas motivações e perspectivas para o futuro. Os resultados obtidos foram utilizados para fazer uma análise da teoria motivacional de McClelland no que se refere as necessidades de afiliação, poder e realização. (ROBBINS, 2002).

PALAVRAS CHAVES: Motivação; Gestão de Pessoas; Necessidades Humanas; Teorias Motivacionais.



ESCOLA SUPERIOR ASSOCIADA DE GOIÂNIA - ESUP
III ENCONTRO DE INICIAÇÃO À PESQUISA DA ESUP
GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO

GESTÃO DE PESSOAS E A MOTIVAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE COMPONENTES AUTOMOTIVOS.

Isadora Barbosa Ribeiro; João Phelipe Mesquita; Julia Elisa Tome Olivieri;

Maria Clara Durão; Profª Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima.

RESUMO

O presente artigo faz uma abordagem das teorias motivacionais analisando sua aplicabilidade em uma empresa de componentes automotivos. Assim, o presente estudo justifica-se pela necessidade de conhecer o nível de integração pessoal e da organização, conhecer as razões que as motivam e desmotivam, saber se estão sendo aplicadas de forma correta e o que pode ser feito para a melhoria do bem-estar dos funcionários da empresa, fato que incentivou pesquisadores a desenvolverem métodos e técnicas para favorecer o clima organizacional com foco na motivação.

PALAVRAS CHAVES: Motivação organizacional, Administração, estratégias motivacionais.

PROBLEMAS DE PESQUISA:

A pesquisa buscou responder as seguintes problematizações: Qual a motivação dos funcionários? A partir do entendimento da Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow, quais as necessidades expostas pelos funcionários no contexto organizacional específico? Qual perfil socioeconômico dos funcionários? Qual o principal motivo que me faz permanecer nessa empresa? O que precisa ser melhorado na empresa?

OBJETIVOS

Apresentar as teorias motivacionais e demonstrar como aplicá-las no contexto organizacional e verificar como estão sendo aplicadas em uma empresa de componentes automotivos em Goiânia, a partir do olhar de seus funcionários.

REFERENCIAIS TEORICO-METODOLÓGICOS

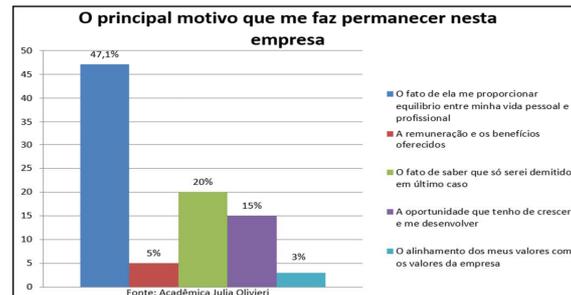
A década de 1950 foi produtiva no desenvolvimento do tema motivação, sendo uma das teorias mais conhecidas, denomina-se Teoria da Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow em que explica que existe 5 categorias de necessidades humanas, sendo elas fisiológicas, segurança, social, necessidade de autoestima e auto realização (ROBBINS, 2015). O Campo da ciência inserida na pesquisa é de caráter "interdisciplinar", pois abrange a área de várias ciências, como administração, psicologia, sociologia, entre outras. Quanto à finalidade da pesquisa e à utilização de seus resultados, tem caráter de pesquisa "aplicada", pois o estudo tem a preocupação com a aplicação dos resultados gerados, uma vez que a teoria só tem sentido se são capazes de ser aplicadas e gerarem resultados. O instrumento de pesquisa utilizado para aplicar em 53 funcionários de um total de 60, com 95% de confiabilidade e 5% de erro amostral, foi adaptado do questionário do prêmio Great Place to Work® 2015, buscando uma discussão focada na temática motivacional.

RESULTADOS ALCANÇADOS

O perfil populacional baseia-se que 60,3% possui faixa salarial entre 1 a 2 salários, 22,6% com ensino fundamental, 50,9% atuam no setor operacional, 58,4% idade entre 26 e 34 anos, 16,9% sexo feminino e 75,4% masculino. Em média 37 a 40 % sentem suas necessidades **FISIOLÓGICAS** satisfeitas com 52% afirmam que na maioria das vezes é verdade para a sentença:

"Este é um lugar amigável para se trabalhar". Para as necessidades de **SEGURANÇA** obteve-se um índice maior de satisfação 49,2% para lugar é fisicamente seguro; 63,9% para os chefes deixarem claras as expectativas. Por fim, 52,5% para "Eu sou considerado importante na empresa, independente do meu cargo". **Deficiência para 29,5% para os chefes confiarem nos seus colaboradores.** Nas necessidades **SOCIAIS:** Sempre é verdade as afirmativas sobre ser fácil o relacionamento com os chefes (55,7%); 42,6% para os chefes me mentem informado; 27,9% para os chefes dão autonomia; 42,6% para os chefes mostram interesse sincero ao funcionário; Por fim, 52,5% para "Quando se entra nesta empresa, fazem você se sentir bem-vindo" **Deficiência para 27% para falta de autonomia.** Para as necessidades de **AUTOESTIMA** oportunidade de ser reconhecido (57,4%); 62,3% o trabalho tem um sentido especial"; 52,5% para existência do sentido Família ou Equipe, retratando todos em nível de acima 50%. Para as necessidades de **AUTO REALIZAÇÃO:** 60,7% para "Quando vejo o que fazemos aqui sinto orgulho"; 59% para "Posso ser eu mesmo por aqui"; 65,6% para "Tenho orgulho de falar que trabalho aqui"; 70,5% para "Preto trabalhar aqui por muito tempo"; Por fim, 70,5% para "Eu diria que este é um excelente local para se trabalhar".

Foi questionado também quais os principais motivos que fazem o funcionário permanecer na empresa, e a pesquisa revela que: 55,7% permanecem pelo fato da oportunidade que tem de crescer e se desenvolver dentro da empresa. E quando questionado "o que precisa ser melhorado na empresa", 50,8% alegaram os salários e benefícios.



BIBLIOGRAFIA

- ARAÚJO, L. *Gestão de pessoas*. São Paulo: Atlas, 2006.
BERGAMINI, Cecília Whitaker. *Motivação nas Organizações*. São Paulo: Atlas, 2008.
CASADO, T. A motivação e o trabalho. In: LIMONGI-FRANÇA, A. C. et al. *As pessoas na organização*. São Paulo: Gente, p. 247-258, 2002.
CODA; R. (Org.). *Psicodinâmica da vida organizacional: Motivação e liderança*. São Paulo: Atlas, 1997
HAMPTON, D.R. *Administração contemporânea*. São Paulo: McGraw-Hill, 1992.
PEREIRA, Maria Celia Bastos. *RH Essencial*. São Paulo, Saraiva, 2014.
ROBBINS, Stephen P. *Comportamento organizacional*. Tradução: Rita de Cássia Gomes. 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2015.

ESCOLA SUPERIOR ASSOCIADA DE GOIÂNIA - ESUP
 III ENCONTRO DE INICIAÇÃO À PESQUISA DA ESUP
 GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO
**MOTIVAÇÃO: ANÁLISE DO PERFIL MOTIVACIONAL DOS COLABORADORES EM
 EMPRESA DO RAMO AUTOMOBILÍSTICO**

Jorge Luiz Ferreira de Souza; Carlos Lopes Toni da Silva; Otávio Lacerda Freire;
 Luiz Felipe Wayne; Prof^a Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima.

RESUMO

O presente estudo aborda as teorias motivacionais e analisa sua aplicabilidade no âmbito corporativo. Metodologicamente, utiliza-se a pesquisa de campo a partir de questionários e entrevistas aplicados em uma empresa nacional atuante no ramo automobilístico, localizada na região centro-oeste do Brasil. Os resultados indicam o perfil motivacional da organização e apontam também que a gestão de pessoas é imprescindível para o avanço da empresa, uma vez que os investimentos no âmbito motivacional geram resultados satisfatórios tanto para a corporação quanto para os colaboradores.

PALAVRAS CHAVES: Teorias Motivacionais; satisfação dos colaboradores; indicadores de motivação.

PROBLEMAS DE PESQUISA:

A pesquisa buscou responder as seguintes problemáticas: o que motiva o indivíduo em trabalhar para o sucesso da empresa? Como potencializar a energia humana? Quais são os métodos e estratégias mais trabalhadas pela empresa? Quais são as áreas motivacionais mais carentes? Por que? Como aplicar de maneira eficiente as teorias motivacionais? Por que aplicar?

OBJETIVOS

Abordar as teorias motivacionais e analisar sua aplicabilidade no âmbito corporativo a partir do olhar dos colaboradores.

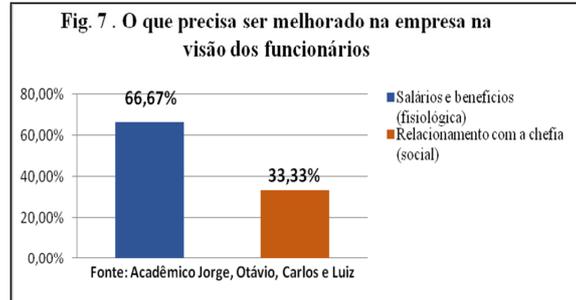
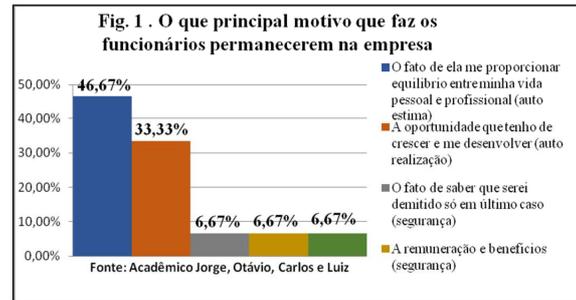
REFERENCIAIS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Maslow organizou em uma ordem hierárquica cinco fatores motivacionais e uma vez identificado em qual posição a pessoa se encontra na pirâmide de necessidades, a organização consegue manejar seus recursos para impulsionar a produtividade do funcionário, favorecendo atender aquilo que seja identificado. O grau de responsabilidade que a empresa deve arcar com cada fator é equivalente ao seu nível de relevância e necessidade, formando assim a ordem de urgência da pirâmide hierárquica; fator fisiológico, fator de segurança, fator de associação, fator de auto estima e fator de autorrealização. (ROBBINS, 2002).

A metodologia utilizada é a pesquisa de cunho interdisciplinar com abordagem qualitativa. Seus métodos técnicos são de levantamento documental, bibliográfico e levantamento de dados através de entrevistas e questionários aplicados com gestores e funcionários. A realização da pesquisa de campo aplica-se em uma pequena empresa de distribuição referência em preço na região goiana. A procedência do estudo apresenta dados primários de pesquisa e secundários fundamentados em teorias motivacionais.

RESULTADOS ALCANÇADOS

A partir dos estudos realizados e os resultados apresentados tem-se a avaliação de que:



O estudo conclui que a gestão de pessoas é sim uma ferramenta de vital importância para sobrevivência das organizações e que ações embasadas em estratégias motivacionais trazem grandes benefícios às empresas e aos próprios indivíduos como pessoa que precisa manter-se vivo e motivado na constante busca pelo auto realização.

BIBLIOGRAFIA

- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas Organizações**. 5ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- _____. **Desenvolvimento de recursos humanos: uma estratégia de desenvolvimento organizacional**. São Paulo: Atlas, 1997.
- BERGAMINI, Cecília w.; CODA, Roberto (Org). **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. Tradução: Reynaldo M. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- ROTHMANN, Iran; COOPER, Cary. **Fundamentos de psicologia organizacional e do trabalho**; tradução de Luiz Claudio de Queiroz. -Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.



ESCOLA SUPERIOR ASSOCIADA DE GOIÂNIA - ESUP
III ENCONTRO DE INICIAÇÃO À PESQUISA DA ESUP

**GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO ESTUDO DE TRABALHO EM UMA EMPRESA DO
SEGMENTO HOTELEIRO: UMA ANÁLISE DA MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL NO OLHAR DOS
FUNCIONÁRIOS.**

Danillo Marques Guilherme; Taís Dias Camargo; Tatiana Gomes de Oliveira; Ycaro Felipe da Mata Leite;
Prof.^a Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima.

RESUMO

Este estudo tem como finalidade, abordar o tema da motivação organizacional na empresa no segmento de hotelaria demonstrando fatores que interferem no desempenho dos colaboradores. A metodologia foi uma pesquisa exploratória descritiva com análise quanti-qualitativa para identificar a satisfação e motivação do grupo em estudo. Os resultados permitem afirmar que os funcionários se sentem satisfeitos e motivados quanto as necessidades humanas precisando investimentos em salário, qualificação e políticas de manutenção e desenvolvimento na empresa.

PALAVRAS CHAVES: Motivação organizacional, teorias motivacionais, estratégias, gestão.

PROBLEMAS DE PESQUISA:

Quais as teorias motivacionais existentes que contribui para a compreensão da satisfação e motivação dos colaboradores? Como os trabalhadores no ambiente de trabalho de empresa do ramo de hotelaria sentem-se motivados?

OBJETIVOS

Retratar as teorias motivacionais e sua aplicabilidade no ambiente de trabalho de empresa do ramo de hotelaria, avaliando o nível de motivação dos colaboradores.

REFERENCIAIS TEORICO-METODOLÓGICOS

Dentro da pirâmide de hierarquia das necessidades motivacionais de Maslow, pode se observar que cada necessidade possui uma urgência maior ou menor, sendo o de maior importância o fator fisiológico seguida de segurança, associação, autoestima e por último e auto realização. (KNAPIK, 2006).

As teorias de conteúdo da motivação no trabalho: 1) tentam indicar o que motiva as pessoas no trabalho; 2) se concentram em precisar as necessidades e como elas são priorizadas; e 3) priorizam nos tipos de incentivo ou objetos que as pessoas buscam conseguir de modo a ficarem satisfeitas e terem um bom desempenho. Assim, elas indicam as causas que motivam os indivíduos. As teorias e processo da motivação no trabalho evidenciam os processos de pensamento nos quais os indivíduos se aderem quando escolhem entre diferentes caminhos quando tentam cumprir suas necessidades (ROTHMANN; COOPER, 2009).

O estudo em questão pode ser classificado em sua metodologia como uma pesquisa aplicada, pois, caracteriza-se por seu interesse prático.

Classificada como pesquisa bibliográfica e multidisciplinar que objetiva a aplicação do estudo relacionado a diversos campos da atividade humana como: administração, sociologia e psicologia.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário com questões divididas em cinco categorias: necessidades fisiológicas, de segurança, social, de estima e autor realização aplicados em 43 colaboradores de um total de 60 com confiabilidade de 90% e erro

RESULTADOS ALCANÇADOS

Quanto as **necessidades fisiológicas** os funcionários relatam que sempre é verdade para as afirmações sobre ser lugar amigável para se trabalhar (68,75%) porém, apenas 37,50% relatam que sempre é verdade para recebimentos justos.

No quesito **Segurança** afirmam que sempre é verdade para lugar seguro (87%) e apenas 43,75% dos funcionários relatam que às vezes é verdade para a afirmação “os chefes confiam nos colaboradores sem precisar vigiá-los”.

Nas **necessidades Sociais** afirmaram que sempre é verdade para as afirmativas sobre “Meu trabalho tem um sentido especial” (62,50%); 56,25% para existência do sentido de Família ou Equipe; 50% para as pessoas serem encorajadas a equilibrar a vida profissional e pessoal e 56,25% acreditam que sempre é verdade para o item para “faço a diferença aqui”.

Para as **necessidades de autoestima e de auto realização** é verdade para as afirmativas sobre “quando vejo o que fazemos aqui sinto orgulho (56,25%); 75% posso ser eu mesmo por aqui; 78% tem orgulho de falar que trabalho aqui; 43,75% pretende trabalhar na empresa por muito tempo; 62,50% é um excelente local para se trabalhar.

Por fim, 37,50% dos funcionários relatam que na maioria das vezes é verdade para a afirmativa sobre a empresa oferecer treinamentos. Portanto é possível dizer que os pontos que mais deixam a desejar na organização em estudo são que os funcionários se mostram insatisfeito quanto à questão salarial, participação em programas de treinamento e qualificação e sobre sua permanência na empresa por muito tempo.

BIBLIOGRAFIA

- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.
- KNAPIK, Janete. **Gestão de Pessoas e talentos**. Curitiba: Ibpx, 2006.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. Tradução: Rita de Cássia 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2010.
- ROTHMANN, Iran; COOPER, Cary. **Fundamentos de psicologia organizacional e do trabalho**. Tradução: Luiz Claudio de Queiroz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- SILVA, Renato Mendes. LIMA, Tereza Cristina P. **Motivação nas Organizações: Análise das empresas citadas no prêmio Great Place to Work Centro-Oeste 2015 e sua aplicabilidade em pequenas e médias empresas**. Anais Encontro de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia, 2016.
- TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. **A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador**. Disponível em: (<http://www.scielo.br/scielo>)



ESCOLA SUPERIOR ASSOCIADA DE GOIÂNIA - ESUP
III ENCONTRO DE INICIAÇÃO À PESQUISA DA ESUP

GESTÃO DE PESSOAS e RELAÇÕES DE TRABALHO
MOTIVAÇÃO EM GRANDES EMPRESAS: ESTUDO DE EMPRESA VAREJISTA
VENCEDORA DO PRÊMIO GREAT PLACE TO WORK® CENTRO-OESTE 2015.

André Camargo Andreoli; Célio Borges Sales Filho; Danilo Mattos de Barros;
Wilker de Oliveira Paniago; Prof^a Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima.

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar a motivação no contexto de uma grande empresa, vencedora do prêmio Great Place to Work Centro Oeste. A pesquisa que foi desenvolvida utilizando adaptações dos formulários do Great Place to Work Centro-Oeste para analisar as opiniões dos empregados acerca do local de trabalho, suas motivações e perspectivas para o futuro. Os resultados obtidos foram utilizados para fazer uma análise da teoria motivacional de Mclelland no que se refere as necessidades de afiliação, poder e realização. (ROBBINS, 2002).

PALAVRAS CHAVES: Motivação; Gestão de Pessoas; Necessidades Humanas; Teorias Motivacionais.

PROBLEMAS DE PESQUISA:

Quais as empresas premiadas no Great Place to Work Centro-Oeste 2015?

Quais as necessidades de seus colaboradores que são satisfeitas e possibilitam a motivação?

Quais as formas mais eficientes e eficazes de maximizar a motivação dos funcionários e, em consequência, a produtividade da empresa?

OBJETIVOS

Analisar a motivação dos colaboradores de uma empresa varejista vencedora do prêmio Great Place to Work Centro Oeste.

REFERENCIAIS TEORICO-METODOLÓGICOS

Porém, para responder as questões problematizadas na pesquisa foi necessário aprofundar em diversas teorias desenvolvidas durante décadas através de estudos e pesquisas científicas. Elas compreendem desde a pirâmide da Teoria da Hierarquia de Necessidades de Maslow, nos anos 50, até as Teoria X e Teoria Y de Douglas McGregor, como afirma Robbins (2010).

Segundo Maximiano (2000), motivação é o processo que determina ou estimula certas ações, escolhas e comportamentos de um indivíduo. Esse processo pode se referir tanto a situações como as escolhas de produtos que serão consumidos, ou, como será o foco deste artigo, o estímulo para uma rotina de trabalho.

Metodologicamente, utilizou-se a de campo exploratória descritiva com análise quantitativa e qualitativa com aplicação 80 questionários, com perguntas objetivas, que permitiram levantar opiniões junto ao universo da pesquisa. 30 perguntas foram selecionadas do questionário utilizado pela Great Place To Work para suas qualificações, mais 8 questões com a função de avaliar faixa salarial, motivo de permanecer na empresa, escolaridade, cargo, idade, sexo, tempo de casa e área de trabalho de todos os funcionários entrevistados. Os coeficientes utilizados nos cálculos amostrais foram de 5% de erro e 95% de nível de confiança. A aplicação ocorria para cada 6 pessoas em uma sala de reunião, até que se preenche todos os 80 colaboradores de um total de 106.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Analisando os resultados obtidos pela pesquisa percebeu-se que a teoria de Mclelland apresentou, em alguns aspectos, relação com a realidade da empresa estudada.

A “**necessidade de realização**”, base da teoria estudada, é a que apresentou mais resultados positivos para a organização, com uma média de 40,43% de respostas positivas, mostrando que é o quesito que deixa os funcionários mais satisfeitos. A única pergunta que apresenta discrepância quanto às demais é “todos aqui têm a oportunidade de receber um reconhecimento especial”, que apresentou apenas 14,5% de respostas totalmente positivas, bem abaixo da metade da média geral.

Em seguida, a “**necessidade de poder**” está na posição intermediária, com média de 34,61% de respostas plenamente positivas. Ela, porém, apresentou alguns resultados mais preocupantes ao analisar certas perguntas chave. Por exemplo, apenas 14,5% sempre acreditam que “os chefes dão plena autonomia às pessoas”, 20.9% que “Os chefes me mantêm informados sobre assuntos importantes e sobre mudança na empresa”.

Por último, a “**necessidade de Afiliação**” é a que apresenta a menor quantidade de resultados positivos, com uma média de 31,78% de afirmações favoráveis. Porém, as perguntas quanto ao quesito de “recompensas financeiras” apresentam uma enorme discrepância quanto ao resto, com apenas 14,5% respondendo que, sem dúvidas, “as pessoas aqui são pagas adequadamente pelo serviço que fazem”, e 3,4% afirmando que recebem quantidades justas dos resultados da empresa.

BIBLIOGRAFIA

- AGUIAR, M. A. F. de. **Psicologia aplicada à administração**: introdução à psicologia organizacional. São Paulo: Atlas, 2009.
- BERGAMINI, C. W. **Psicologia aplicada à administração de empresas**: psicologia do comportamento organizacional. São Paulo: Atlas, 2009.
- _____. Motivação: Mitos, Crenças e Mal-entendidos. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 30, n. 2, abr-jun, 1990.
- _____. A Dificil Administração das Motivações. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 38, n. 1, jan-mar, p.6-17, 1998.
- _____. Motivação: uma viagem ao centro do conceito (*RAE-Revista de Administração de Empresas*, pg63-67, v. 1, n. 2 2003)
- MAXIMIANO, A. C. **Introdução à administração**. São Paulo Atlas, 2000
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ATIVIDADES 2018

INICIAÇÃO CIENTÍFICA

INICIO: FEVEREIRO/2018 – FEVEREIRO/2020

MOTIVAÇÃO, PERFIL SÓCIO DEMOGRÁFICO E PERFIL EMPREENDEDOR DOS ACADÊMICOS DO MBA DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS EM GOIÂNIA

ACADÊMICO: Wilker de Oliveira Paniago
Professora Orientadora. Prof.a Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima

A pesquisa realizada pela ENDEAVOR a respeito do tema empreendedorismo, 6% dos acadêmicos brasileiros já possuem seu próprio negócio, e 21% possuem a intenção de começar um negócio no futuro. Desses negócios, predomina-se empreendimentos pequenos: 30% dos estudantes pesquisados não possuem ainda nenhum funcionário, e 93% trabalham com até dez colaboradores. A pesquisa também mostra que não há muita intenção de expandir os empreendimentos, uma vez que somente 10% dos entrevistados pretendem ter mais de 25 funcionários em cinco anos (SEBRAE, 2017)

No Brasil, a idade dos jovens que se denominam empreendedores está entre os 18 e 24 anos. No período de 2002 a 2008, 61% desses jovens têm cinco a onze anos de escolaridade, e somente 17% deles possuem mais que isso. Aproximadamente 50% desse público possui renda de até três salários mínimos, 80% se considerarmos a faixa de até seis salários mínimos (BULGACOV, CUNHA, *et al.*, 2011)

Em uma pesquisa de cunho quantitativo realizado pelo SEBRAE, aplicada a 6.617 empresários de pequenos negócios, foi questionado qual o maior benefício para se tornar empresário. 57% dos resultados estavam ligados a questões financeiras, como manter a renda (31%) e ter independência financeira (26%). Conciliar trabalho e família, e se realizar como empreendedor somaram 37% das respostas (SEBRAE, 2017)

O cenário atual da economia brasileira justifica a busca das empresas pelo colaborador multifuncional e também a dificuldade de encontrar uma posição no mercado de trabalho após a graduação, fazendo com que os jovens busquem com rapidez a realização da pós-graduação. Importante reafirmar que o comportamento humano é provocado por algo que o motiva.

O presente artigo busca então analisar o perfil, a motivação e o nível de empreendedorismo dos alunos de pós-graduação da Fundação Getúlio Vargas em Goiânia – Goiás.

Manter a motivação tem sido um dos maiores desafios nos que se refere não só à carreira profissional, mas também à vida acadêmica. Um dos temas mais importantes para a pesquisa GEM, é a motivação, com o intuito de se conhecer mais a fundo a natureza da atividade empreendedora em países em desenvolvimento. (BULGACOV, CUNHA, *et al.*, 2011). Através deste trabalho, será estudado algumas das teorias motivacionais mais conhecidas e como elas podem se relacionar com a motivação para empreender dos acadêmicos dos cursos anteriormente citados.

FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Qual o estágio de empreendimento dos acadêmicos de MBA da Fundação Getúlio Vargas? Quais características sócio demográficas desses alunos? Qual o perfil

empreendedor desses alunos? Quantos funcionários possuem em seus negócios? O que o motiva a buscar uma pós-graduação? O que o motiva a empreender? Há planos de expansão em seus negócios? Quais os principais benefícios do empreendedorismo, para estes alunos? O aluno da FGV é um diferencial nas avaliações nacionais?

Os estudos realizados indicam que entre “empreender ou ser funcionário de terceiros, 76% dos brasileiros prefeririam a primeira opção – a segunda maior taxa do mundo” (MELHADO e GONÇALVES, 2013, p. 6). Entretanto, mesmo com tal resultado, apenas 9% dos brasileiros possuem instrução suficiente para abrir um negócio. No Chile, por exemplo, essa taxa de capacitação chega a 43% (MELHADO e GONÇALVES, 2013).

Portanto, torna-se pertinente estudar o perfil, a motivação e o nível de empreendedorismo nos alunos egressos no MBA da Fundação Getúlio Vargas, uma vez que, segundo FGV (2012), a instituição foi eleita uma das melhores instituições de ensino do mundo, estando entre as 150 melhores na avaliação realizada pelo Global Employability University Ranks, publicado na Times Higher Education, revista britânica (<https://portal.fgv.br/noticias>).

SEMANA PEDAGÓGICA E CIENTÍFICA – 2018



PALESTRA: A PROPÓSITO QUAL É O SEU PROPÓSITO?

DIA 7 DE MAIO DE 2018

PALESTRANTE: GUILHERME CARVALHO – CEO DO GRUPO QG GRELHADOS



Pelo quinto ano consecutivo, o QG Jeitinho Caseiro recebeu o Selo de Excelência em Franchising, pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), símbolo de distinção das empresas franqueadoras no mercado. Em 2018 o QG Jeitinho Caseiro foi considerado a 6ª Melhor Franquia no ramo de alimentação do país pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. Esses reconhecimentos são frutos de um trabalho de excelência no segmento de franchising.

PALESTRA; EXPERIÊNCIAS NA CHINA – EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

DIA 9 DE MAIO

PALESTRANTE: LUCAS SOUZA

Empreendedor desde os 22, formado em engenharia elétrica pela USP, MBA em Finanças pelo Ibmecc, atualmente trabalha com consultoria empresarial e investimentos na bolsa de valores. Conselheiro titular por Goiás, na Confederação Nacional dos Jovens Empresários.

FAJE GOIÁS – FEDERAÇÃO DOS JOVENS EMPREENDEDORES DE GOIÁS



A Federação das Associações de Empreendedores e Empresários do Estado de Goiás (FAJE Goiás) é uma entidade civil gratuita, sem fins lucrativos, apartidária, fundada no dia 19 de abril de 2006, em Goiânia (GO), inicialmente denominada de Associação de Jovens Empreendedores e Empresários de Goiás (AJE Goiás).

A entidade tem o objetivo de fomentar a cultura empreendedora no Estado de Goiás por meio da capacitação, relacionamento e representatividade de jovens, além de contribuir para a geração de negócios e proporcionar um ambiente socioeconômico sustentável.

Em parceria com outras instituições públicas e privadas, a FAJE Goiás atua para oportunizar a inclusão produtiva, proporcionando aos potenciais empreendedores condições mais competitivas de inserção no mercado, além de contribuir para o processo de emancipação social e aumentar as chances de sustentabilidade aos empreendimentos e fomento ao espírito empreendedor dos goianos.

Com foco ainda no jovem empreendedor, a FAJE Goiás realiza projetos, eventos e ações para desenvolver empreendedores e jovens líderes por meio de capacitação técnica e experiências diferenciadas, e facilitar a troca de informações e gerar conexões com o objetivo de promover oportunidades de negócios.

PALESTRA: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

DIA 10 DE MARÇO DE 2018

PALESTRANTE: ADEMAR MOURA ALVES

CEO LAB052



Somos uma **plataforma** focada em criar e acelerar o crescimento de soluções diferentes, novas e melhores para suprir gaps de mercado, através da **conexão** entre startups, CORPORAÇÕES, investidores e universidades.

PALESTRA: EMPREENDEDORISMO: UMA QUESTÃO DE INSPIRAÇÃO

DIA 11 DE MAIO DE 2018



PALESTRANTE: HÉLIO ARTHUR IRIGARAY

Doutor em Administração de Empresas pela FGV-EAESP (2008). Mestre em Administração de Empresas pela PUC-Rio (1997). Bacharel em Economia pela University of Northern Iowa, EUA (1986)

AULA MAGNA – SEGUNDO SEMESTRE - 2018 - ABERTURA DO SEMESTRE

PALESTRA: UM DIÁLOGO DE RELATOS E EXPERIÊNCIAS DO GRUPO IMPERADOR

DIA 21 DE AGOSTO

PALESTRANTE: EDUARDO GOMES

EMPRESA: CEO DO GRUPO IMPERADOR ALIMENTOS

A Imperador foi criada em 1995 pelos irmãos Eduardo e Acir Júnior. Começou tímida, mas cheias de sonhos e com muita dedicação. No início, a empresa só distribuía os produtos que eram estocados em um estabelecimento alugado de 68 metros quadrados em Goiânia. Com o passar do tempo, a empresa foi crescendo e a família Imperador ganhando novos membros. Então, a marca inaugurou a primeira indústria de propriedade da marca no Pará, alguns anos depois. Para a família mineira, que viu em Goiânia a oportunidade de crescer e espalhar por todo o Brasil os produtos que eles queriam ter na mesa da sua casa, Goiás deu bons frutos.



PALESTRA: FATOR HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

DIA 4 DE SETEMBRO

PALESTRANTE: MARIA CRISTINA CRAVEIRO CAMPOS

EMPRESA: DIRETORA DO GRUPO QG –



PALESTRA: LIDERANÇA: UM DESAFIO PARA O PROFISSIONAL DE ADMINISTRAÇÃO

DIA 25 DE SETEMBRO DE 2018

PALESTRANTE: FREDERICO RIBEIRO GALVÃO

EMPRESA: DIRETOR DA EDUCON

eduCon
EDUCAÇÃO E CARREIRA

FGV

**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

CONVENIADA

Goiânia, janeiro de 2108

PROF. MSC. FREDERICO GALVÃO
COORDENADOR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROF.A DRA. TEREZA CRISTINA PINHEIRO DE LIMA
COORDENADORA DO NUCLEO DE PESQUISA E EXTENSÃO