

# ANÁLISE DA MOTIVAÇÃO DENTRO DO CLIMA ORGANIZACIONAL EM UMA INDÚSTRIA DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL NO MUNICÍPIO DE JACIARA-MT

Samuel Alecrim da Silva<sup>1</sup>

Jailson da Conceição Teixeira<sup>2</sup>

## RESUMO

Com a crescente evolução e crescimento das empresas, o clima organizacional vem também se transformando e determinando as raízes da organização optada pela empresa. Desencadeando série de aspectos que podem influenciar o comportamento operacional, financeiro e estratégico, a mesma também tem a possibilidade de medir e analisar o comportamento humano e suas reações a possíveis mudanças pré-determinadas por seus gestores. Este artigo tem como objetivo de analisar a motivação dentro do clima organizacional de uma indústria de produtos de origem animal situada no município de Jaciara-MT, onde a mesma tem em sua capacidade total aproximadamente 250 colaboradores, sendo que 20% responderam o questionário aplicado e totalizando no total de 50 entrevistados. O presente artigo foi desenvolvido pelo método dedutivo, onde os dados do questionário aplicado revelam que a empresa tem um clima organizacional variável, podendo às vezes levar 40% dos colaboradores entrevistados a se sentirem desmotivados.

**Palavras-Chave:** Clima organizacional e motivação.

---

<sup>1</sup> Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do vale do São Lourenço EDUVALE e-mail alecrim.br@hotmail.com

<sup>2</sup> Graduado em Ciências Contábeis na Faculdade EDUVALE, Pós Graduado em Gestão Fiscal e Planejamento Tributário na UNIC, Pós Graduado em Tecnologia da Informação e Lei de Responsabilidade Fiscal na ESAB, Mestrado em Contabilidade Gerencial na Fucape, Professor da Faculdade EDUVALE, Contador da Excelência Contabilidade e Assessor Financeiro e Fiscal da Soluções Assessoria. E-mail: jailsoncontador@outlook.com

## 1. Introdução

As mudanças no comportamento humano, suas escolhas, ideais, sonhos e anseios se norteiam por um princípio pessoal ou religioso. O clima organizacional pode sofrer inúmeras mudanças ou até mesmo permanecer estável dentro das organizações, podendo contribuir para o crescimento das mesmas ou até mesmo provocar um efeito contrário afetando os seus colaboradores. Atualmente tem se tornado um mecanismo de auxílio aos gestores, pois está ligada diretamente ao desempenho do negócio, e um esboço de como se encontra a organização. Sintetiza a ideia de auto-gestão, e tomada de decisões em situações esporádicas de suma importância, levando aos gestores a ter o maior entendimento do ambiente atual para a solução de possíveis falhas, formando um ambiente saudável e produtivo aos colaboradores.

A pesquisa busca evidenciar a análise da motivação dentro do clima organizacional de uma indústria de produtos de origem animal situada no município de Jaciara-MT, demonstrando a real situação do clima organizacional e de que maneira os seus colaboradores reagem aos aspectos organizacionais pré-estabelecidos pelos gestores.

A metodologia utilizada neste artigo foi desenvolvida por meio de um método dedutivo, onde se pode concluir que no ponto de vista de sua natureza uma pesquisa aplicada, o conhecimento sob as aplicações práticas dirigidas à solução de problemas específicos. A abordagem adotada foi quantitativa, onde consiste que tudo pode ser quantificável ao ponto de traduzir números e opiniões em informações que serão classificadas e analisadas para isso foi utilizada a pesquisa descritiva com um objetivo de uma abordagem ao problema, ou seja, descrever os determinados fatos e situações, demonstrar de que forma se expressa determinado fenômeno e, em seguida separar as particularidades e características, em relação à contabilidade de custos utilizada, e posteriormente propor melhorias. A investigação da pesquisa foi caracterizada por pesquisas bibliográficas e aplicação de questionário como técnica de investigação onde a empresa tem em sua capacidade total aproximadamente 250 colaboradores, sendo que 20% responderam o questionário aplicado e totalizando 50 entrevistados.

De acordo com os dados apresentados pode-se notar que a empresa tem um

clima organizacional variável, podendo às vezes levar 40% dos colaboradores entrevistados a se sentirem desmotivados.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Clima Organizacional**

Segundo Matos, Matos e Almeida (2007), o Clima Organizacional é uma consequência das variáveis culturais, no momento em que estas são modificadas, acarretam alterações no clima organizacional. Surpreendentemente, o clima organizacional é mais perceptível do que suas origens causais. É comparável a um perfume: notamos o efeito, sem saber quais são os ingredientes, apesar de que, às vezes seja possível reconhecer alguns deles.

Conforme Chiavenato (2002, p. 95), o termo “clima organizacional” se dá devido ao ambiente interno que existe entre os integrantes da organização, o qual está intimamente relacionado com o grau de motivação de seus participantes. Quando a motivação entre os membros é elevada, o clima organizacional se eleva tornando as relações satisfatórias, animadas, ocorrendo mais interesse, colaboração etc.

Souza, por sua vez, define clima como:

Um fenômeno resultante da cultura. É a decorrência do peso de cada um dos elementos culturais e seu efeito sobre os outros dois [...]. E, como cada um dos três elementos culturais é formado de diversos componentes, são inúmeras as combinações possíveis entre eles criando-se de maior ou menor rigidez, realização ou emocionalidade. (SOUZA apud SANTOS, 1999, p.32).

Lacombe (2005) alega que o clima organizacional retrata o nível de satisfação do colaborador com o ambiente interno da empresa. Está associado à motivação, à lealdade e à identificação com a empresa, à cooperação entre as pessoas, à dedicação ao trabalho, à interação das comunicações internas, ao convívio entre as pessoas, ao envolvimento e às emoções, à união do grupo e outros fatores resultantes, conforme definidas por Likert.

## 2.2 Cultura Organizacional

Moreira (2012) ressalta a cultura organizacional como as práticas adotadas pela organização, isto é, os princípios, as condutas, os procedimentos, as ideologias, a missão e a visão da corporação. Definem as características fundamentais da corporação. É a começar dela que se impõe disciplina na empresa, é nela que os funcionários irão se orientar para elaborar seus preceitos e funcionamento e é por meio da cultura, também, que se forma um ambiente de trabalho saudável.

De acordo com Chiavenato:

A CO ou cultura corporativa é o conjunto de hábitos e crenças, estabelecidos por normas, valores, atitudes e expectativas, compartilhado por todos os membros da organização. Ela se refere ao sistema de significados compartilhados por todos os membros e que distingue uma organização das demais. (CHIAVENATO, 2004, p. 165).

Para Matos, Matos e Almeida (2007) a cultura organizacional é definida, também, como um agrupamento de fenômenos decorrentes da ação humana, concebida dentro das fronteiras de um sistema. A cultura organizacional é estruturada em três elementos: os preceitos, a tecnologia e o caráter. Cada empresa tem cultura, seus valores, regras e convicções que repercutem nas suas estratégias e no seu posicionamento competitivo. No cotidiano, as pessoas percebem que é necessário cumprir as regras e normas estabelecidas pela cultura para não falhar.

De acordo com Mintzberg et al. (2000, p.195) a cultura organizacional passa a ser a mente da organização, as crenças comuns que se refletem nas tradições e nos hábitos, bem como em manifestações mais tangíveis – histórias, símbolos, ou mesmo edifícios e produtos; em certo sentido, a cultura representa a força vital da organização, a alma de seu corpo físico. Robbins (2005) ainda comenta que a cultura organizacional não surge do nada e que uma vez estabelecida raramente se desfaz. Para ele tradicionalmente, os fundadores de uma empresa são os que têm maior impacto sobre a cultura inicial da organização, pois possuem uma visão daquilo que a organização deve ser.

Desta forma pode-se perceber como a cultura de uma organização encontra-se arraigada a seus fundadores, pode-se dizer que então, que eles além de construí-la inicialmente continuam o fazendo constantemente, isto é, levando adiante essa cultura a cada funcionário que chega na organização.

## 2.3 MOTIVAÇÃO

A motivação, que antigamente se dava somente através de remuneração para os funcionários e lucros para a empresa, é um dos fatores motivacionais mais estudados na atualidade e conceituada por vários autores.

Acredita-se que motivação é,

[...] a força que estimula as pessoas a agir. No passado, acreditava-se que esta força era determinada principalmente pela ação de outras pessoas, como pais, professores ou chefes. Hoje, sabe-se que a motivação tem sempre origem numa necessidade. [...] é consequência de necessidades não satisfeitas. (GIL, 2001, p. 202).

Os fatores que indicam a motivação e, conseqüentemente, causam a satisfação têm como principal característica estarem ligados ao trabalho em si, tais como: realização, reconhecimento, responsabilidade, o trabalho em si e possibilidades de progresso e crescimento dentro da empresa. (BERGAMINI, 1994, p. 205).

Gooch; McDowell apud Bergamini (1997, p. 83), conceituam motivação como, “uma força que se encontra no interior de cada pessoa e que pode estar ligada a um desejo. Uma pessoa não consegue jamais motivar alguém; o que ela pode fazer é estimular a outra pessoa”.

Motivar pessoas é uma tarefa muito difícil, porém, existem vários itens que podem levar as pessoas à motivação. Mas é importante lembrar que as necessidades variam conforme o momento e também de pessoa para pessoa. Uma das recomendações mais importantes é valorizar as pessoas igualmente. Gil ensina que,

[...] eleger “favoritos” favorece a animosidade dos colegas e conseqüentemente a perda da motivação para trabalhar em grupo. [...] observe as pessoas sem preconceitos, concentrando a atenção principalmente nos fatores relacionados ao desempenho. (GIL, 2001, p. 210)

Chiavenato (2002) corrobora que a autonomia do funcionário está ligada diretamente à sua estima, a qual avalia autoconfiança, independência e reputação. A motivação ao nível individual, conduz ao de clima organizacional e ao nível da organização. Os seres humanos estão continuamente engajados no ajustamento a uma variedade de situações, no sentido de satisfazer suas necessidades e manter um equilíbrio emocional. Isto pode ser definido como um estado de ajustamento. Tal

ajustamento não se refere somente à satisfação das necessidades fisiológicas e de segurança, mas também à satisfação das necessidades de pertencer a um grupo social de estima, e de auto realização. É a frustração dessas necessidades que causam muitos dos problemas de ajustamento.

Gil (2001, p. 212) “acredita que, à medida que se agrega maior diversidade e responsabilidade ao trabalho, obtém-se maior comprometimento dos empregados e favorece-se o desenvolvimento de novas habilidades”. Portanto, cabe ao gestor, enriquecer as funções dos funcionários, abrindo portas para que aprendam cada vez mais e estejam aptos a várias funções.

O que pode estimular, também, é o reconhecimento pelo trabalho produzido, para alguns funcionários. Não bastam apenas elogios, as pessoas necessitam ser recompensadas e reconhecidas pelo grupo também, ou simplesmente, frente ao grupo (WEISS, 1991, p. 95).

Conseguir mostrar para as pessoas todos os pontos positivos que a motivação pode influenciar na sua carreira e no sucesso da empresa não é nada fácil, pois a motivação pode ser comparada com a tentativa de influenciar o funcionário em suas decisões pessoais. Para desenvolver cada vez mais a motivação, a chave principal é a confiança, o funcionário precisa perceber que a intenção do líder é ajudá-lo a alcançar as suas metas e crescer junto com a empresa (CAMPOS, 1995, p. 37).

### **3. METODOLOGIA**

O presente artigo foi desenvolvido método dedutivo, onde se pode concluir que as informações no ponto de vista de sua natureza da pesquisa aplicada, tendo conhecimento das aplicações práticas dirigidas à solução de problemas específicos, adotando uma abordagem quantitativa.

Considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão etc.). (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 69).

Foi desenvolvida uma pesquisa descritiva relativa ao objetivo como uma forma de abordagem ao problema, ou seja, onde se buscou, descrever os determinados fatos e situações, demonstrando a forma de determinados fenômenos e, em seguida

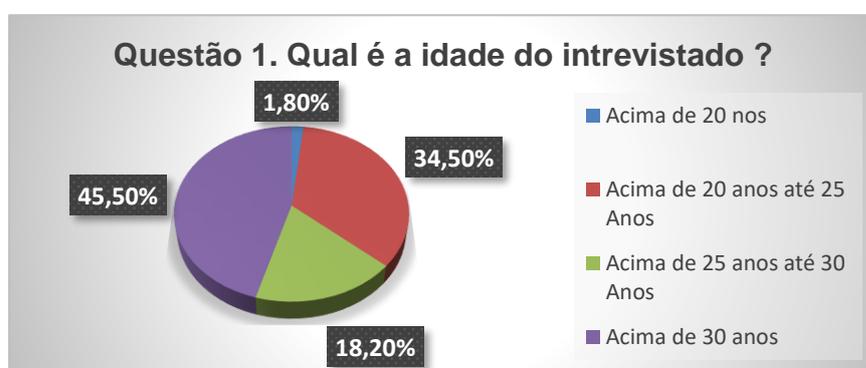
separando as particularidades e características. Segundo Gil (1988, p. 45) “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relação entre variáveis.

Para o alcance dos objetivos desta pesquisa, foi aplicado um questionário de 12 questões, envolvendo a caracterização do entrevistado e o seu conhecimento frente ao tema central abordado, como técnica de investigação em uma indústria de produtos de origem animal localizada no município de Jaciara-MT, onde a mesma tem em sua capacidade total aproximadamente 250 colaboradores, sendo que 20% responderam o questionário aplicado e totalizando 50 entrevistados.

#### 4. ANÁLISE DE DADOS

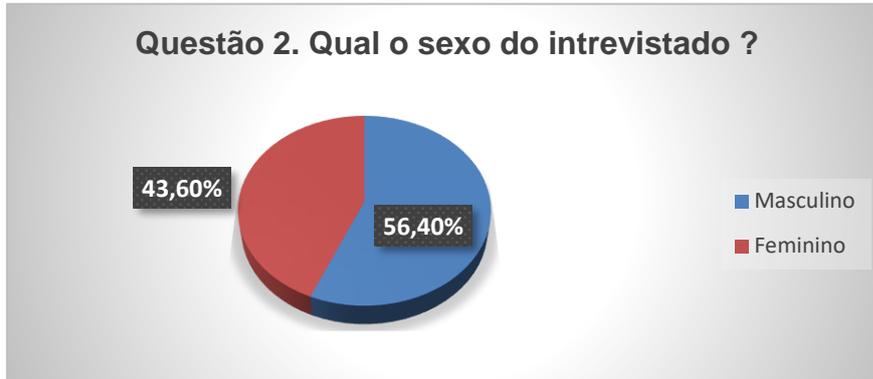
A pesquisa foi aplicada em uma indústria de produtos de origem animal localizada no município de Jaciara-MT, onde a mesma tem em sua capacidade total aproximadamente 250 colaboradores, sendo que 20% responderam o questionário aplicado e totalizando 50 entrevistados. Sabe-se que o objetivo da pesquisa é de analisar a motivação dentro do clima organizacional de uma indústria de produtos de origem animal situada no município de Jaciara-MT, o questionário foi elaborado com 4 questões sobre a caracterização do entrevistado e 08 questões de conhecimento específico sobre o tema abordado. Os resultados obtidos serão discriminados nos gráficos a seguir:

**Gráfico 01:** Idade Do Entrevistado



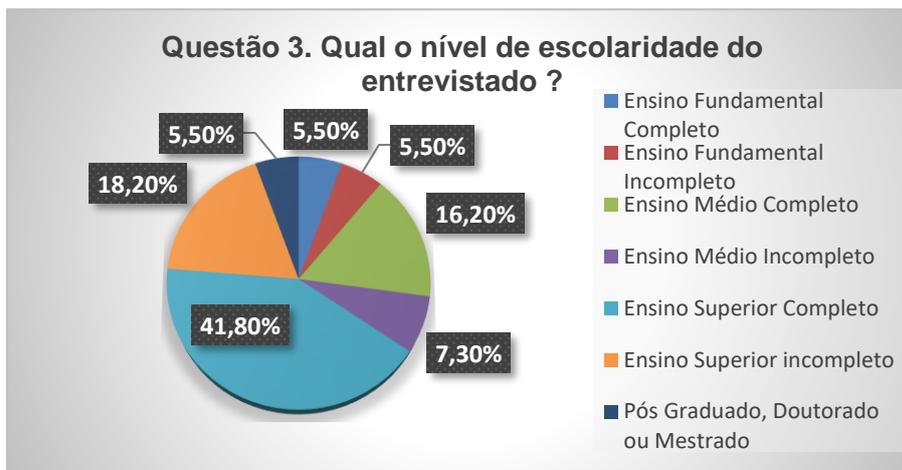
**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, a média de idade predominante dos entrevistados corresponde a 45,5%, sendo os mesmos acima de 30 anos de idade.

**Gráfico 02: Sexo Do Entrevistado**

**Fonte:** Pesquisa

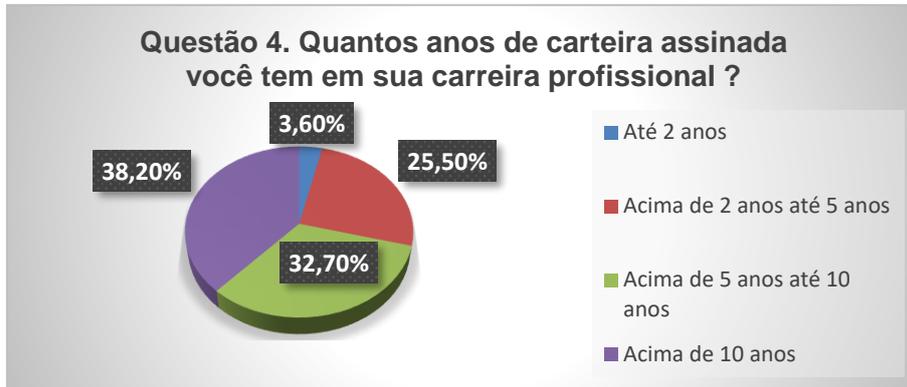
Conforme demonstrativo, o público predominante do questionário aplicado corresponde em 56,4% de homens e o restante ficando com as mulheres, no total de 43,6%.

**Gráfico 03: Nível De Escolaridade Do Entrevistado**

**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, o nível predominante de escolaridade dos entrevistados foi de 41,8% sendo o ensino superior completo. Os níveis de escolaridade que ficaram com um índice baixo em relação aos demais, foram o ensino fundamental completo, ensino fundamental incompleto e pós-graduado, doutorado ou mestrado em 5,5% respectivamente.

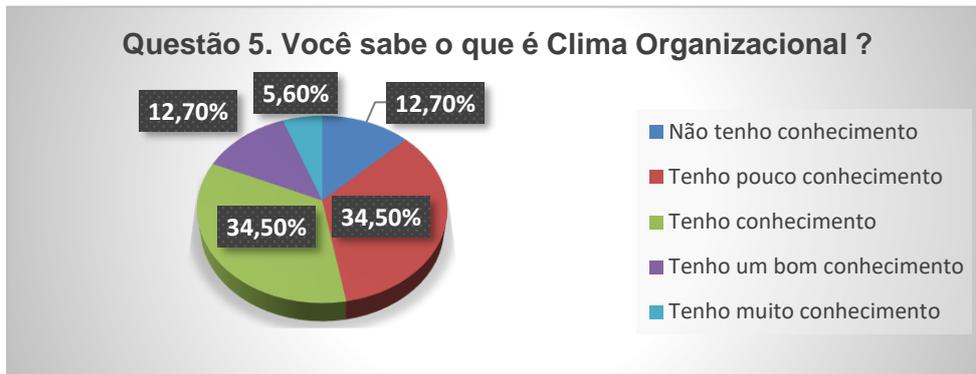
**Gráfico 04:** Tempo De Carteira Assinada Resgistrada



**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, o tempo de carteira assinada dos entrevistados varia de 25,5% acima de 2 anos até 5 anos, 32,7% acima de 5 anos até 10 anos a 38,2% acima de 10 anos.

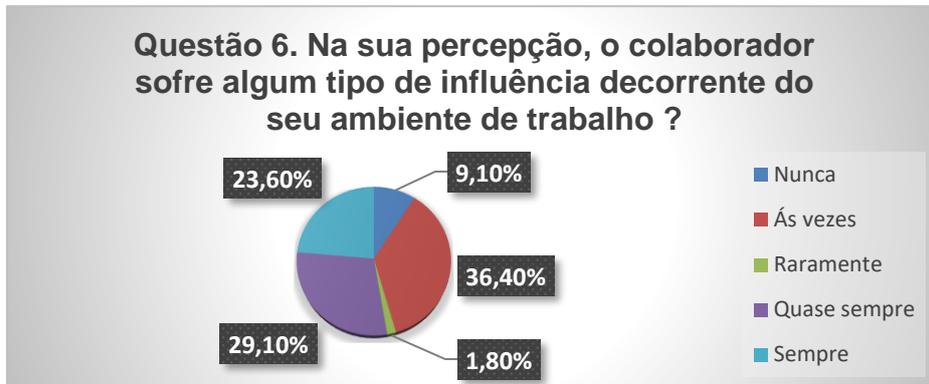
**Gráfico 05:** Grau De Conhecimento Específico Sobre Clima Organizacional



**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, os entrevistados que de alguma forma tem algum tipo de conhecimento sobre clima organizacional, foi de 34,5%. Já os que tiveram pouco conhecimento sobre o tema, foram 34,5% e os entrevistados que demonstraram um bom conhecimento, e nenhum conhecimento foi de 12,7%.

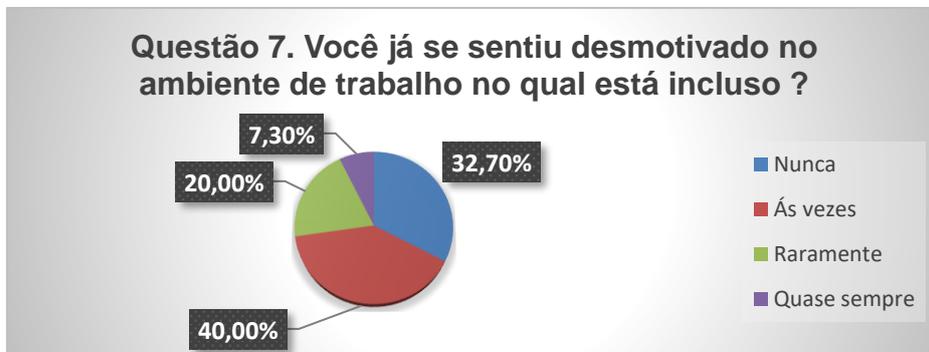
**Gráfico 06:** Percepção Do Colaborador Se Ele Sofre Ou Não Alguma Influência Decorrente Do Seu Ambiente De Trabalho.



**Fonte:** Pesquisa

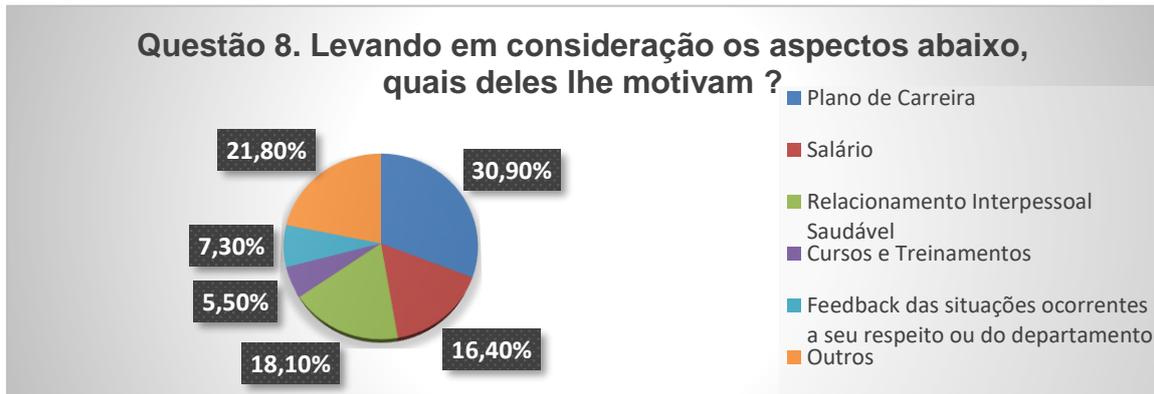
Conforme demonstrativo, 34,6% dos entrevistados avaliaram que às vezes o colaborador pode sofrer algum tipo de influência decorrente do seu ambiente de trabalho. Já uma parcela de 29,1% dos entrevistados, avaliaram que quase sempre essa influência acontece e 23,6% avaliaram que tal influência pode ocorrer sempre.

**Gráfico 07:** Desmotivação No Ambiente De Trabalho



**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 40% dos entrevistados se sentiram às vezes desmotivados do ambiente de trabalho no qual trabalha, 20% disseram que raramente se sentiram desmotivados e 32,7% disseram que nunca se sentiram desmotivados.

**Gráfico 08:** Aspectos Motivacionais

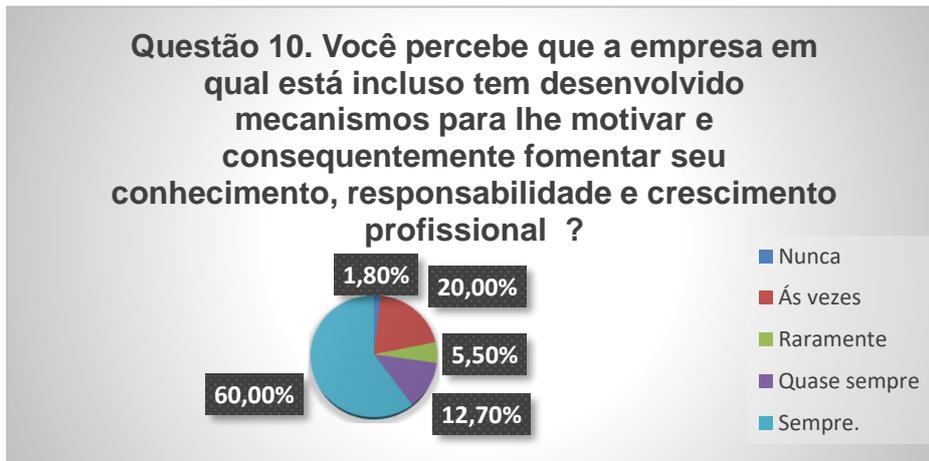
**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 30,9% dos entrevistados avaliaram que o fator plano de carreira é mais motivante. Já 21,8%, acham que outros aspectos podem motivá-los.

**Gráfico 09:** Reconhecimento Profissional

**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 32,7% dos entrevistados sentem quase sempre um reconhecimento pelas atividades que desempenham ou pela sua importância dentro da empresa em que trabalha. 27,3% disseram que isso ocorre sempre e 25,5% apontam que às vezes são reconhecidos.

**Gráfico 10: Mecanismos De Motivação Criados Pela Empresa**

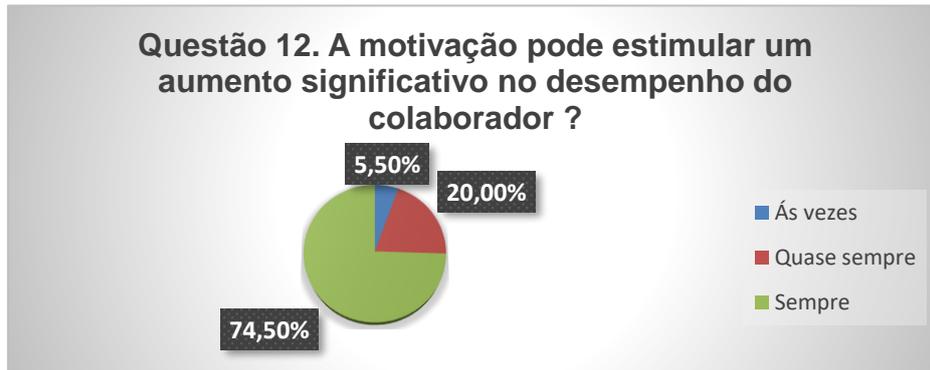
**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 60% dos entrevistados disseram que a empresa desenvolve mecanismos para motivar os seus colaboradores, e 1,8% avaliaram que a empresa nunca desenvolveu tais mecanismos.

**Gráfico 11: Conceito Sobre Motivação**

**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 47,3% dos entrevistados concordam que a motivação é como uma força interior que está ligada a um desejo, e 21,8% concordam de forma parcial.

**Gráfico 12:** Estímulo Da Motivação Sobre O Colaborador

**Fonte:** Pesquisa

Conforme demonstrativo, 74,5% dos entrevistados afirmam que a motivação pode causar sempre um aumento significativo no desempenho do colaborador, e 5,5% avaliam que esse aumento pode acontecer às vezes.

## 4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O clima organizacional é composto por vários elementos que delimitam o ambiente de uma empresa, variando com as diretrizes e sistemas criados. O colaborador em contato com esse ambiente, pode de alguma responder de forma circunstancial ou negativa frente as variações presentes no ambiente de trabalho. Cada vez mais os gestores, tentam entender e controlar o clima organizacional, fazendo com que o mesmo se torne uma forte ferramenta de auto gestão e de análise sobre o comportamento do colaborador.

Diante do questionário aplicado, a empresa apresenta uma porcentagem considerável de 34,5% dos colaboradores entrevistados, conhecedores de alguma forma o que é clima organizacional, mas esse resultado fica confuso quando se percebe que 34,6% dos entrevistados, avaliaram que o ambiente de trabalho no qual estão inclusos pode às vezes ter influência sobre os mesmos. A empresa em análise, apresentou uma grande variação no quesito desmotivação sofrida por seus colaboradores, 40% disseram que se sentem às vezes nessa situação e 32,7% alegaram nunca ter sentido nenhum tipo de desmotivação. A pesquisa também destacou o quesito motivacional do colaborador frente a empresa, 30,9% dos entrevistados disseram que se sentem motivados quando a empresa apresenta algum tipo de plano de carreira, já uma parcela de 21,8% dos entrevistados, alegam que

outros quesitos não mencionados no questionário podendo de alguma forma motivá-los.

O reconhecimento da empresa diante do colaborador com diz respeito ao exercício de suas atividades, e até mesmo com o grau de importância dentro do ambiente de trabalho, se mostrou variável na visão dos entrevistados. 32,7% dos entrevistados sentem quase sempre um reconhecimento pelas atividades que desempenham ou pela sua importância dentro da empresa em que trabalha. 27,3% disseram que isso ocorre sempre e 25,5% apontam que às vezes são reconhecidos. O fator relevante extraído da pesquisa, foi que a empresa em análise tem por sua grande maioria de entrevistados uma concordância com a preocupação da empresa em relação a deixar seus colaboradores sempre motivados, e conseqüentemente investir nos mesmos, 60% dos entrevistados alegaram ver um posicionamento da empresa no quesito motivação. Com tudo, foi constatado que 74,5% dos entrevistados afirmaram que a motivação pode causar sempre um aumento significativo no desempenho do colaborador.

Por fim, pode se analisar que a empresa apresenta uma quantidade considerável de colaboradores que às vezes se sentem desmotivados.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo buscou evidenciar uma análise da motivação dos colaboradores frente ao clima organizacional em uma indústria de produtos de origem animal localizada no município de Jaciara-MT, aonde pode-se observar por meio do questionário aplicado para 50 colaboradores, o mesmo apresentou uma grande variação no quesito desmotivação, 40% disseram que se sentem às vezes nessa situação e 32,7% alegaram nunca ter sentido nenhum tipo de desmotivação. Nota-se que 60% dos entrevistados alegaram ver um posicionamento da empresa em tentar desenvolver mecanismos para motivá-los. Com tudo, foi constatado que 74,5% dos entrevistados afirmaram que a motivação pode causar sempre um aumento significativo no desempenho do colaborador.

Analisa-se que 30,9% dos entrevistados avaliaram que o fator plano de carreira é mais motivante. Já 21,8%, acham que outros aspectos podem motivá-los. 34,6% dos entrevistados avaliaram que às vezes o colaborador pode sofrer algum tipo de influência decorrente do seu ambiente de trabalho. Já uma parcela de 29,1% dos

entrevistados, avaliaram que quase sempre essa influência acontece e 23,6% avaliaram que tal influência pode ocorrer sempre

Pode-se concluir que a empresa apresenta um clima organizacional variável, podendo às vezes levar 40% dos colaboradores entrevistados a se sentirem desmotivados. Sobretudo, a empresa precisa analisar e desenvolver avaliações de desempenho para avaliar cada colaborador e identificar as falhas, variações e as peculiaridades presentes no clima organizacional.

## REFERÊNCIAS

MATOS, José Gilvomar R.; MATOS, Rosa Maria B.; ALMEIDA, Josimar Ribeiro de. **Análise do ambiente corporativo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

SANTOS, N. M. B. F. **Clima Organizacional: pesquisa e diagnóstico**. Lorena: Stilliano, 1999.

LACOMBE, Francisco. **Recursos humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2005.

MOREIRA, Elen Gongora. **Clima organizacional**. São Paulo: IESDE, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

MINTZBERG, H. et al. **Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Liderança: administração do sentido**. São Paulo: Atlas, 1994.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.

WEISS, Donald H. **Motivação e resultados: como obter o melhor de sua equipe**. 4ª ed. São Paulo: Nobel, 1991.

CAMPOS, Vicente Falconi. **O valor dos recursos humanos na era do conhecimento**. 3ª ed. Belo Horizonte: FGO, 1995.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2<sup>a</sup>. ed. Novo Hamburgo: Universidade Freevale, 2013.