

MOTIVAÇÃO OU INCENTIVO: PARADIGMAS ORGANIZACIONAIS

Jovita Mercedes Hojas Baenas UNESP
Carlos Alberto Zulian FAAG

RESUMO

O presente trabalho consta de uma breve revisão sobre o tema motivação e incentivo, buscando a diferenciação entre eles. Com a compreensão do assunto, pode-se contribuir para uma melhor interpretação das atuais tendências organizacionais que vigoram na área de gestão de pessoas. A fim de obter melhor entendimento sobre as práticas organizacionais quanto à motivação humana e incentivos, foi realizada uma pesquisa em organizações com a finalidade de identificar as posturas e conhecimentos que as empresas têm do assunto. Muitas organizações não conseguem diferenciar quando estão incentivando ou motivando os colaboradores, pois o homem não é movido por incentivos, mas sim por motivos. Assim, constatou-se que o fenômeno motivacional é identificado através de um comportamento dirigido às satisfações das necessidades.

PALAVRAS-CHAVE: trabalho; incentivo; motivação; organizações.

ABSTRACT

This work includes a brief review on the subject motivation and encouragement, seeking the differentiation of these issues. With the understanding of the subject, you can contribute to a better interpretation of the current organizational trends that prevail in the area of people management. In order to gain better understanding of organizational practices regarding human motivations and incentives, a survey was conducted in organizations with the purpose of identifying the attitudes and knowledge that companies have the issue. It was observed that many organizations fail to differentiate and are encouraging or motivating employees, because man is not driven by incentives, but by reason. Thus, it was found that the phenomenon is identified by motivational behavior directed to the satisfaction of needs.

KEYWORDS: work; encouragement; motivation; organizations.

1 INTRODUÇÃO

A noção de investimento em pessoas, ao contrário da noção de despesa, tem se mostrado como consistente fonte lucro e retorno, quando devidamente empregada. Para justificar a aplicação do investimento nessa área, as organizações utilizam-se cada vez mais de planos e estratégias que contemplem o indivíduo como parte do todo orgânico e vivo, que é uma organização. Assim, são as pessoas que modificarão a empresa para torná-la cada vez mais competitiva e lucrativa.

No passado, o homem era considerado como um instrumento mecanicista da produção, ao ser percebido como portador de necessidades e dotado de capacidades, o indivíduo passou a atuar como fator agregador de valores à produção, tendo sido a atenção voltada para as formas de manter esses colaboradores motivados.

Sabe – se que, na atualidade, os conceitos de motivação e incentivos dentro do contexto organizacional refletem a realidade, utilização e aplicação através de políticas de recursos humanos que contemplem o colaborador em sua totalidade e complexidade.

É nesse contexto de mudanças e adaptações de comportamentos organizacionais e especialmente

individuais, que este trabalho se desenvolve, para buscar informações sobre as percepções das organizações em relação as suas políticas voltadas para as pessoas e às reais propostas implementadas, objetivando esclarecer as indagações e paradoxos sobre a motivação e incentivos.

Vários pesquisadores enfatizam a motivação como sendo subjetiva e intrínseca, Isto é, está dentro do indivíduo, buscando sempre motivos para a uma ação. Os motivos são frutos de incentivos, recursos estes muito utilizados pelas organizações. Mas será que temos que ter incentivos para tudo que fazemos?

Nesse contexto, despertou-se o interesse pela pesquisa, com a finalidade de buscar respostas para o entendimento da temática, que serve como garantia de eficiência profissional. Sabe-se que muitas organizações confundem os termos motivação com incentivos, quando na elaboração de seus planos e metas de produtividade.

O objetivo do trabalho é desenvolver um estudo teórico-prático que permita levantar, sistematizar, analisar e avaliar como o desenvolvimento da gestão estratégica contempla a temática da motivação e o incentivo.

Através da pesquisa, optou-se pela coleta de informações teóricas, a partir da utilização de questionário estruturado enviado às áreas de recursos humanos de organizações de diversos portes da região da cidade de Bauru (SP), na procura de identificar a postura desses frente às ações assertivas designadas aos colaboradores, respondendo ao problema de pesquisa.

2 DESENVOLVIMENTO

As organizações atuais são fontes gestoras de conhecimento e integração, onde os seus colaboradores sintam-se parte atuante desse processo, participando das decisões organizacionais. A visão da instabilidade persegue as empresas que não

A empresa precisa de pessoal apropriado para o século XXI. Gente que use os fatos e o conhecimento para acrescentar algo, ou seja, para acrescentar valor aos negócios dos clientes. Em uma era em que todos dispõem basicamente da mesma informação no mesmo momento, a vantagem será daqueles que conseguirem tomar essa informação e puserem-na rapidamente em prática. Isso requer gente com “mente de estrategista”, gente que possa criar uma vantagem competitiva a partir do conhecimento comum. Poucos nascem com essa habilidade. No entanto, ela pode ser desenvolvida e deve ser recompensada. A empresa procura recrutar e garantir o crescimento de associados que se compatibilizem com as necessidades do negócio. (CHIAVENATO, 2000).

Para entender o processo de motivação, é necessário conhecer o clima organizacional, pois somente assim podem-se avaliar as expectativas das

Este trabalho procurou confrontar propostas obtidas sobre os temas motivação e incentivo em confronto com a realidade das organizações, buscando explicações sobre o processo de motivação e programas de incentivos no atendimento às expectativas e necessidades dos colaboradores integrantes de seus quadros funcionais.

percebem o potencial de crescimento nas pessoas que integram seus quadros ou que desconhecem que a visão estratégica pode ser desenvolvida nos colaboradores e nas condições motivacionais.

organizações frente ao processo da motivação e o interesse dessas em motivar seus colaboradores.

2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL

A organização é um sistema de atividades coordenadas, sendo que a cooperação entre as pessoas conduz a objetivos que individualmente não conseguiriam sozinhas. As organizações se constituem de interações dinâmicas e complexas, de maneira viva. Essa conceituação se faz necessária para demonstrar que a organização, de acordo com a sua definição etimológica, tem origem no termo *organom*, órgão. Assim, sendo a organização formada por

indivíduos e por esses apresentarem necessidades particulares (subjetividades como interesses, motivações, valores e histórias de vida) ela será influenciada por diferentes modos de agir.

O fenômeno do clima organizacional se dá através da interação dos elementos que compõem a organização, como: cultura, preceitos, tecnologias e caráter. Cunha (2007), afirma que o clima organizacional decorre:

do peso dos efeitos de cada um desses elementos culturais, valores, políticas, tradições, estilos gerenciais, comportamentos, expressões dos indivíduos envolvidos no processo e também resultante do conjunto de instrumentos, conhecimentos e processos operacionais da organização.

Já Moscovici (1997), propõe a forma com o qual as organizações lidam: com as diferenças individuais cria certo clima entre as pessoas e tem forte influência sobre toda a vida em grupo, principalmente nos processos de comunicação, relacionamento interpessoal no comportamento organizacional e na produtividade.

Acrescenta Francisco F^o (2007), que o clima organizacional pode ser compreendido como a qualidade dos relacionamentos dos membros da organização, da influência destes sobre o comportamento das pessoas e dos resultados que podem ser obtidos por

eles. É diretamente vinculado à motivação.

O clima pode ser analisado através de: pesquisa de satisfação interna e de satisfação de clientes. As análises destes fatores podem fornecer informações importantes sobre o grau de comprometimento dos colaboradores.

O meio mais eficaz de obtenção de resultados é aplicação de um questionário individual, porém sigiloso (sem divulgação de nomes ou setores, com entregas discretas). Após um período, previamente estabelecido, devem ocorrer as entrevistas aleatórias e

por amostragem de colaboradores da organização.

Esses dados servem como base para a aplicação de ferramentas de

2.2 A MOTIVAÇÃO

A motivação constitui um importante campo do conhecimento da natureza humana e da explicação do comportamento humano. Para compreender o comportamento das pessoas, torna-se necessário conhecer sua motivação. É difícil definir um conceito de motivação, uma vez que tem sido utilizado com diferentes sentidos (CHIAVENATO, 2010).

Motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, ou pelo menos, que dá origem a um comportamento específico. Esse impulso à ação pode ser provocado por um estímulo externo e pode também ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo. Portanto, a motivação está relacionada com o sistema de cognição do indivíduo.

As pessoas são diferentes no que tange à motivação: as necessidades variam de indivíduo para indivíduo, produzindo diferentes padrões de comportamento; os valores sociais

melhoria em todos os processos da gestão de pessoas, incluindo a prática motivadora e incentivadora.

também são diferentes; as capacidades para atingir objetivos são diferentes e assim por diante.

Conforme Chiavenato (2010), existem três suposições inter-relacionadas sobre o comportamento humano.

a) Comportamento é causado: existe uma causalidade do comportamento. Esse comportamento é causado por estímulos internos e externos.

b) Comportamento motivado: há uma finalidade em todo o comportamento humano, sendo orientado e dirigido para algum objetivo.

c) Comportamento orientado para os objetivos: a todo comportamento existe sempre um impulso, um desejo, uma necessidade, uma tendência – expressões que servem para designar os motivos do comportamento.

O primeiro passo para conhecer a motivação humana é o conhecimento do que ocorre no comportamento das pessoas.

O MODELO BÁSICO DE COMPORTAMENTO

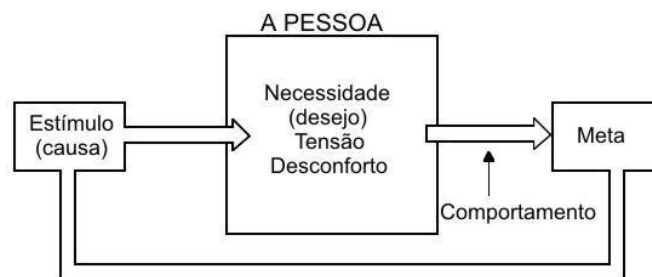


Ilustração 1: O modelo básico de comportamento
Fonte: CHIAVENATO (2010).

Muito embora o modelo básico de comportamento seja o mesmo para todas as pessoas, o resultado poderá variar indefinidamente, pois depende da percepção do estímulo (que varia conforme a pessoa, e na mesma pessoa, conforme o tempo), das necessidades e desejos (que também variam conforme a pessoa), da cognição etc., de cada pessoa (CHIAVENATO, 2010).

O comportamento humano é derivado de causas específicas e

2.3 O INCENTIVO

A partir da experiência e estudos de Elton Mayo, os pesquisadores implantaram mudanças gradativas relacionadas às condições de trabalho, sendo possível verificar níveis crescentes de produtividade dos trabalhadores. Os pesquisadores concluíram que as mudanças das condições de trabalho estavam associadas a outra dimensão que chamaram de “dimensão do fator

subjetivas, baseadas nas necessidades fisiológicas, psicológicas ou sociais, que geram uma tensão interna. Assis *et al* (2009), afirma que “essa tensão interna desencadeia o motivo, que são estímulos de motivações internas, que levam o ser humano a determinado comportamento e certamente reduzirá a tensão”.

humano”, relacionada à condição psicológica e também social dos empregados no local de trabalho e as mudanças implementadas – que ultrapassaram a questão do ambiente físico – possibilitaram a transformação também do ambiente psicológico, proporcionando satisfação de necessidades sociais e pessoais dos trabalhadores:

Somente depois de cinco anos de experiências com mais de 20.000 empregados é que os pesquisadores ficaram absolutamente seguros de suas conclusões. Esse é o nosso débito a Elton Mayo: a responsabilidade por focalizar a atenção gerencial sobre a dimensão humana do trabalho. Foi um dos primeiros cientistas comportamentais a reconhecer que os trabalhadores podem ser motivados por necessidades sociais e psicológicas. Obviamente, sem deixar de lado as necessidades econômicas (Chiavenatto,2000).

Essa descoberta, apesar de datar de mais de setenta anos, é ainda atual e aponta para o fato de criação de um ambiente de trabalho que gere satisfação ajuda as pessoas a atribuírem a ele, individualmente, um significado agradável.

Conforme Chiavenato, 2000, para criar e manter o ambiente organizacional produtivo e incentivador, a organização deve-se apropriar meios que proporcione essa condição favorável, entre os quais destacam os elogios; reconhecimento público; benefícios sociais: envolvimento dos funcionários nas tomadas de decisões; retroação,

desenvolver o “espírito de empresa”, onde seja incentivado o orgulho de pertencer a ela através do desenvolvimento de equipes de trabalho, incentivo de atividades sociais, de equipes desportivas, desenvolverem a identificação dos empregados com o produto que produzem etc.; a oportunidade de alcançar e avançar na organização, aumento da autonomia e dos graus de liberdade no trabalho, flexibilidade do tempo de descanso em função.

3 A PESQUISA

A pesquisa foi realizada nas cidades de Bauru e Agudos, nos meses de dezembro 2010 e janeiro 2011. A cidade de Bauru localizada na região central do Estado de São Paulo, foi fundada em 01 de agosto de 1896, possui uma área territorial de 1.674 km² e 356.680 habitantes,segundo a prefeitura municipal de Bauru.

Conforme a prefeitura municipal de Agudos, a cidade está localizada também na região central do estado de

São Paulo, fundada em 27 de julho de 1898, com um território de 968 km² e 35.872 habitantes.

Foram enviados 15 questionários para diversas empresas de vários nichos de mercado, com a finalidade de melhor entendimento e busca do que as organizações pensam sobre o assunto em questão. Foram recebidos 9 questionários, mostrando que 40% das empresas não quiseram participar da pesquisa e pouco se interessaram pelo

assunto. As empresas participantes da pesquisa são: 2 de grande porte, 4 de médio porte e 3 de pequeno porte. Destacando que os participantes são 70% pertencentes à área de recursos humanos e 30% ocupantes de outros cargos. Observou-se que uma das empresas conquistou a premiação de

”Melhores empresas para se trabalhar”. O destaque da premiação foi à eficiência na gestão de pessoas.

O quadro 1 destaca o entendimento das organizações sobre a motivação e incentivo e como acontecem essas diferenciações.

Porte da empresa	O que é motivação e incentivo?	Diferenciações
Grande	Motivação é o próprio ser humano que faz, é a vontade que se tem de ver um projeto realizado. Incentivo vem da própria organização, que pode ser um aumento salarial, uma promoção, benefícios que satisfazem as necessidades	A motivação provoca estímulos intrínsecos nos colaboradores. A diferença está nos fatores motivadores, clima, ambiente de trabalho e outros. O incentivo pode ser passageiro e não perceptível, é encarado pelos colaboradores como obrigações do empregador
Média	Motivação é a pessoa seguir em frente para cumprir metas, é trabalhar o dia todo e ainda enfrentar um curso a noite. Motivação é a vontade de fazer Incentivo é o que move os seres humanos, um prêmio que ganha, aumentos, bônus.	A motivação é mais atrativa, pois é a pessoa quem faz e o incentivo é praticado pelas organizações
Pequena	Motivação é ter forças para alcançar um objetivo traçado. Incentivo é um estímulo, é algo que se pode usar para fazer com que as pessoas busquem seus objetivos	A motivação é interno acontece dentro do ser humano e o incentivo é externo, independe do ser humano

Quadro 1: Informações das organizações sobre motivação x incentivo.

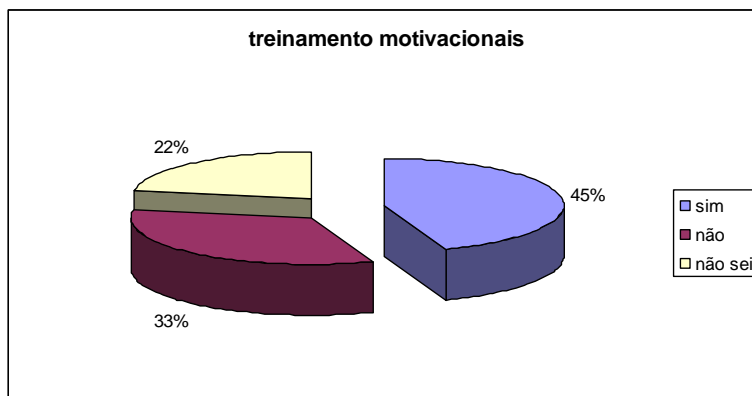


Gráfico 1: Treinamentos motivacionais

O gráfico 1, retrata a postura das organizações quanto aos treinamentos nelas aplicados, identifica que 45% das empresas pesquisadas utilizam de treinamentos motivacionais para esclarecer ao colaborador o que é motivação, apontam em dinâmica em grupo e treinamento com liderança.

Adotam a liderança participativa e se integram aos interesses mútuos da organização e colaborador. As empresas que não adotam nenhuma prática de treinamentos representam 33% e 22% não tem conhecimento sobre esse quesito.

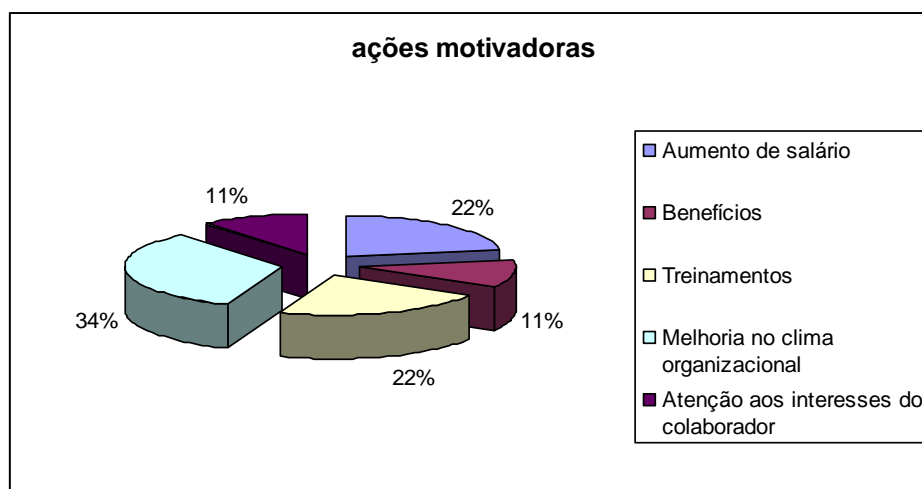


Gráfico 2: Ações motivadoras

Quanto às ações motivadoras, as empresas responderam conforme gráfico 2 que o clima organizacional é o fator preponderante para ações motivadoras. Muitas enfatizaram que o salário, os benefícios, os interesses dos colaboradores, motivam mais os colaboradores no ambiente organizacional. Serão os benefícios, treinamentos, aumento de salário motivador ou incentivador. São esses fatores são que promovem o impulso à motivação.

Através das respostas obtidas, denotou-se a confusão que as organizações fazem quanto à motivação

e incentivo. Todos os gestores de recursos humanos e cargos afins, das organizações estudadas, declararam saber a diferenciação entre motivação e incentivo, mas através das respostas obtidas, pode-se verificar o paradoxo existente entre esses conceitos o que se sugere uma pesquisa mais profunda no assunto.

As organizações declaram que ao utilizar de uma gestão estratégica de pessoas é possível de alinhar as pessoas aos objetivos organizacionais. A organização precisa ter uma visão estratégica, considerando o conhecimento das pessoas e os

resultados da organização. A proximidade que os gerentes têm com os seus subordinados é que regula o cumprimento das metas, sendo elas, um conjunto de satisfação do colaborador com a boa atuação da empresa, que não só visa o lucro, mas o bem estar dos funcionários.

Os Recursos Humanos, juntamente com a diretoria, traça algumas estratégias a serem implantadas de acordo com a disponibilidade de

capital, assim toda ação tomada pela empresa depende dos índices visualizados na pesquisa de clima. Alguns diagnósticos são realizados para verificar se as ações estão dando resultados.

O quadro 2 mostra alguns aspectos de como a empresa pode promover a motivação e a inter-relação entre resultados alcançados e satisfação dos colaboradores.

Empresas	Como a empresa pode promover a motivação a fim de criar estímulos para realização de uma meta?	Como podemos compreender a inter-relação entre expectativa da organização X satisfação das pessoas?
Grande	Maior participação dos colaboradores nas decisões com uma melhor utilização de seus conhecimentos e melhor relacionamento entre chefias e subordinados, ou seja, uma liderança preparada e desenvolvida	Utilizando de uma gestão estratégica de pessoas para alinhar a gestão das pessoas com os objetivos organizacionais. A organização precisa ter uma visão estratégica, considerando que os conhecimentos das pessoas, afetam os resultados da organização
Media	A motivação depende muito do nível hierárquico da pirâmide, de cada um e da cultura da empresa. Por ex: um determinado funcionário pode sentir motivado em conduzir ou fazer parte de um novo projeto dentro da empresa, outro em receber a mais pela produtividade	Apesar da motivação, ser algo interno, a partir de algumas ações externas de incentivo, as pessoas se sentem mais motivadas no ambiente organizacional, fazendo com que se trabalhem mais e felizes, conseqüentemente acabam por produzir mais e isso faz com que a empresa consiga alcançar seus objetivos através de pessoas motivadas.
Pequena	Benefícios é uma boa ação para utilizar e incentivar o colaborador a motivar-se. Ex: já ouvi muitas conversas de colaboradores que recebem propostas para outras empresas, mas não aceitam devido aos benefícios que a empresa fornece	Preocupando-se com o bem estar do funcionário, tornando um ambiente de trabalho agradável, preocupando com a segurança, ,higiene, limpeza, etc.

Quadro 2: Pareceres organizacionais

3.1 PARADIGMAS ORGANIZACIONAIS

Observou-se, no contexto organizacional, que muitas empresas não sabem diferenciar “motivação” de “incentivo” e passam a adotar posturas incentivadoras para o trabalho. Segundo Sato, 2010, o ser humano está sendo movido a incentivo. Mas será que temos sempre que ter incentivo para tudo?

O certo é termos “motivos”. Motivos, metas para fazer as coisas. Motivos para enfrentar tudo que está sendo ofertado no dia- a- dia. Motivo para seguir em frente e não desistir.

4 CONCLUSÃO

Uma grande preocupação das organizações contemporâneas é a questão da motivação no trabalho. Desta forma, a busca de explicações para a motivação do trabalhador em relação ao seu trabalho tem sido tema constante em várias pesquisas efetuadas por cientistas do comportamento humano.

A motivação é essencial para o funcionamento de uma empresa, pois se os seus empregados não estiverem motivados para a realização das tarefas, de nada adiantará à organização possuir uma tecnologia e equipamentos avançados.

Os motivos, não podem ser dados. Fala-se muito em “motivação” e confunde-se motivação com incentivo. Incentivo vem de fora, é um prêmio, o que pode ganhar se fizer tal tarefa, se cumprir sua obrigação. Pode ser um aumento de salário, uma promoção um emprego no final da faculdade. Motivação vem de dentro, vem da vontade de fazer aquilo, no prazer que proporciona na realização de ver tudo concluído, na satisfação de alcançar a meta. A motivação é você quem faz.

O fenômeno motivacional pode ser entendido, genericamente, como sendo uma fonte de energia interna que direciona ou canaliza o comportamento do indivíduo na busca de determinados objetivos. Este estado interno que energiza o comportamento está diretamente relacionado com as necessidades de cada pessoa, necessidades estas, que variam de indivíduo para indivíduo, em razão das diferenças individuais inerentes ao próprio ser humano. Daí a dificuldade de se estudar e compreender o homem e sua interação com o seu trabalho.

Este trabalho possibilitou identificar o pensamento das organizações frente à motivação e incentivo, buscando atender ao objetivo proposto. O referencial teórico propiciou a aquisição do conhecimento sobre o assunto, e a aplicação dos questionários sustentou o entendimento do processo da motivação e dos impulsos organizacionais, inerentes aos incentivos.

Certificou-se que a motivação é ocasionada por meio de fatores internos e externos, que, uma vez aplicados a um grupo de pessoas, consegue reverter-se em lucros e positividade para toda a

organização. O comportamento motivado permite que resultados positivos sejam alcançados por uma equipe de trabalho, unidos no alcance de uma meta. Em todo lugar falamos que precisamos ser incentivados. Na verdade, precisamos mudar o foco e procurarmos nossos motivos para algo que direcione nossas ações.

Para entender melhor o assunto, sugere-se para trabalhos futuros uma pesquisa juntos aos colaboradores, verificando como esses dissertem o verdadeiro sentido de motivação e incentivo.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, C. W. **Motivação**. São Paulo: Atlas, 1990.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas 1995.

_____. **Como transformar RH (de um centro de despesas) em um centro de lucros**. São Paulo: Makron Books, 2000.

_____. **Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

_____. **Administração de Recursos Humanos**. 7. ed. São Paulo: 2010.

CARVALHO, A. V. de; NASCIMENTO, L. P. São Paulo: Pioneira 1993.

CUNHA, L.M. B.C., **Formação do clima organizacional**. Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=pt->

[br&q=leo+madson+barros+da+cunha&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai](http://www.google.com.br/search?hl=pt-br&q=leo+madson+barros+da+cunha&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai)>. Acesso em :10 JAN.2011.

FRANCISCO Fº, G. **Tópicos essenciais em administração**. São Paulo: Alínea, 2007.

GRIFFIN, R. W. **Introdução à Administração**. São Paulo: Ática, 2007.

LANDY, F. J.; BECKER, W. S. **Teoria da Motivação Organizacional**, v. 9, São Paulo: Ática, 1987.

MOSCOVICI, F. **Desenvolvimento interpessoal: treinamento em grupo**. Rio de Janeiro. José Olympio, 1997.

PÉREZ R. J. **Motivação no Trabalho: abordagens teóricas**. Psicologia – USP. 1990.

Prefeitura Municipal de Agudos. Disponível em:<

<http://www.agudos.sp.gov.br/>>. Acesso em: 21 jan. 2011.

Prefeitura Municipal de Bauru.

Disponível em:<

<http://www.bauru.sp.gov.br/>>. Acesso em: 21 jan.2011.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. Tradução Reynaldo Marcondes. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

_____. **Comportamento Organizacional**. São Paulo, Pearson Education. 9a. Edição – 2007.

SATO. Motivação ou Incentivo.

Disponível

em:<http://www.sato.adm.br/rh/teoria_z.htm>. Acesso em: 15 dez. 2010.

SHERMERHORN, J. R. Jr.; HUNT, J. G.; OSBORN, R. N. **Fundamentos de Comportamento Organizacional**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 1999.

SILVA, W. R.; RODRIGUES, C. M. C.. **Motivação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.

STONER, J. A. F. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1985.

APÊNDICE

Questionário para pesquisa de identificação dos aspectos Motivação x Incentivo nas organizações

- 1- Qual o porte da empresa, conforme o CNAE?
 grande
 média
 pequena
- 2- Qual seu cargo na organização?
 gerente Geral
 Gerente de Recursos Humanos
 Analistas de RH
 outros
- 3- A empresa já conquistou algum prêmio quanto à melhor empresa para se trabalhar?
 sim
 não
 não sei
- 4- O que consagrou e premiação?
 Gestão de pessoas
 Gestão de Produção
 Gestão de processos
- 5- O que a organização entende por motivação e incentivo? Como diferenciá-las?
- 6- Como a organização encara a prospecção: será que, temos sempre que ter incentivo para tudo?
- 7- A empresa utiliza de treinamentos internos pra o colaborador identificar o fator preponderante à motivação?
 sim Não
- 8- Quais as ações utilizadas pela empresa para incentivar o colaborador à motivar-se?
- 9- Como a empresa pode promover a motivação através de um processo de estimular para que tome ações que irão preencher uma necessidade ou realizar uma meta desejada?
- 10- Como é possível compreender a inter-relação entre resultados alcançados, expectativas da organização e o grau de satisfação das pessoas que nela trabalham?
- 11- Quais os fatores mais evidenciados nos colaboradores para motivar-se?
 salário
 clima organizacional
 benefícios
 treinamentos
 outros
- 12- Em sua opinião os fatores acima são:
 motivação
 incentivo
- 13- Quais as ações que a empresa pratica para vislumbrar o clima organizacional?