



MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO NO BANCO DO BRASIL S/A AGÊNCIA CAPÃO DA CANOA - RS

JÔNATAS DA ROSA MENSOR

jonatasmensor@hotmail.com

IONE SARDAO DA SILVA

ione_sardao@terra.com.br

Em tempos de mudanças constantes em ritmo frenético, em que a distância em todos os seus aspectos diminui dia após dia, em decorrência do processo de globalização que atinge o mundo contemporâneo, as organizações necessitam buscar a eficiência em seus processos e a eficácia em seus resultados. Para que isso possa acontecer é necessário o devido envolvimento dos gestores e colaboradores no aprendizado, implementação e aperfeiçoamento nas organizações dos conhecimentos teóricos que fundamentam a arte de administrar.

Novos temas surgem ou, quem sabe, ressurgem desencadeados por situações causadas pelo novo caminho descoberto neste mercado global, e é fundamental considerá-los cuidadosamente. Responsabilidade socioambiental, sustentabilidade, vantagem competitiva e marketing, temas que tomam conta do novo mundo dos negócios. Contudo, um tema em especial ganha destaque ou pelo menos deveria ganhar em tempos como estes: **peessoas**. Elas são, sempre foram e sempre serão, o "centro das atenções" no mercado, seja ele local, regional, nacional ou global, tudo depende da participação ativa ou passiva das pessoas.

Dentre os mais variados assuntos que compõem a gestão de pessoas, este trabalho procurou abordar o tema que diz respeito à motivação, ou seja, "às forças internas e externas de uma pessoa, que provocam entusiasmo e persistência em seguir um certo curso de ação" (DAFT, 1999, p. 318), buscando através das teorias motivacionais e do conhecimento empírico relacionado à motivação no ambiente empresarial em questão, concordar ou discordar, total ou parcialmente, dos conceitos, modelo de gestão e cultura organizacional.

Ao administrar, é necessária uma base de informações suficientemente pertinente e ao mesmo tempo de uma objetividade que permita a otimização do tempo, pois decisões coerentes e rápidas possibilitam a maximização dos resultados.

Ao concluir as pesquisas exploratórias de caráter qualitativo sobre o tema proposto, entendeu-se como motivação tudo aquilo que é capaz de produzir motivos para a execução de uma determinada ação, podendo estes motivos serem internos e/ou externos, de preferência simultâneos e em equilíbrio.

Sendo assim, a proposta da organização, no que se refere à motivação, é transferida para o cotidiano da agência, conseqüentemente responsabilizando em maior proporção aos colaboradores na busca por manter ou ampliar seu grau de motivação, tornando mínima a responsabilidade da organização neste aspecto.

Com a finalidade de contribuir para o entendimento do tema "motivação", o presente

trabalho identificou os conceitos e teorias motivacionais, bem como aqueles aceitos e difundidos pela organização Banco Brasil S/A.

Também foi elaborado um diagnóstico da percepção dos colaboradores sobre o tema, onde se verificou que não há coerência entre a percepção da organização e a percepção de seus colaboradores, ao passo que os colaboradores acreditam que a motivação é composta por motivos internos e externos, e estes em equilíbrio, enquanto que a organização apresenta a motivação em desequilíbrio entre motivos internos e externos, na proporção de 80% para motivos internos e 20% apenas para motivos externos.

Por fim, foram propostas diversas soluções e mudanças específicas e estruturais, visando à correção de falhas percebidas e também a manutenção e ampliação de ações em execução bem sucedidas.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS