

## **A falta de motivação dos colaboradores no mercado de trabalho**

Isabela Januzzi de Matos  
Daniel Rodrigues Pereira Santos  
Marcelo Botacin Toloni

### **Resumo**

Este artigo teve a busca de entender os fatores que levam a falta de colaboração dos cooperadores e quais são as grandes dificuldades encontradas nas organizações em relação ao interesse e a produção do funcionário. Portanto, se observarmos, cada trabalhador para alcançar a eficiência, precisa está ligado com toda a empresa, com um bom ambiente de trabalho, aonde se tem o prazer de se trabalhar, e assim, os gestores consigam induzir cada operário a se automotivar e consiga dar o seu melhor para a organização. A qualidade de vida no trabalho afeta o compromisso e a maneira pelo qual o colaborador se compromete com executar suas tarefas, e cada vez mais empresas percebem isso e investem cada vez mais para que os seus colaboradores tenham um ambiente agradável para trabalhar, fazem atividades para que o grupo consiga se socializar melhor em horários flexíveis para que os colaboradores tenham mais tempo com sua família. Não existe um padrão de qualidade vida para que satisfaça todos colaboradores, cada um possui culturas e necessidades diferentes. Cabe à organização minimizar as necessidades do coletivo e tornar o ambiente de trabalho mais produtivo. As atividades e metas das organizações estabelecem e muitas vezes geram dificuldades em e ser cumpridas, fazem com que seus colaboradores fiquem cada vez mais estressados, e as organizações tem que ter uma atenção para que esse estresse não ultrapasse a capacidade dos colaboradores em superar essas situações, que se não forem equilibradas podem afetar sua saúde e desempenho na organização. Para a sobrevivência e para obter o sucesso da empresa no mercado, o funcionário e a qualidade do seu serviço prestado está diretamente relacionado ao seu grau de satisfação e a motivação pode ser a responsável pela eficiência desse processo. A finalidade deste artigo é o quão importante, é, as empresas usarem a motivação, como um fator para o melhor desempenho dos seus membros, e sendo assim, aumentando a sua produtividade. Por mais que as máquinas e a tecnologia sejam cada vez mais valorizadas, é de grande importância reconhecer a presença das pessoas nas empresas. As necessidades fisiológicas seriam o descanso, uma boa alimentação e proteção contra os perigos físicos; as necessidades psicológicas são aquelas que ficam em segundo plano, quando o funcionário tem confiança em si mesmo para consegui-las, há a disposição de correr riscos para alcançá-las. As necessidades sociais também são um grande fator para a motivação, ter uma boa relação no ambiente de trabalho aumentaria a eficiência do processo, pois estaria trabalhando satisfeito. As necessidades de auto realizações corresponde com o que as pessoas fazem para alcançar o seu melhor. Este artigo destaca a Teoria das Necessidades e a grande importância dela nas empresas, buscamos entender como os colaboradores se comportam num ambiente de trabalho voltado para ele. Por conseguinte foi pesquisado

sobre uma das melhores empresas para se trabalhar atualmente, como a Bristol, a *Google* e o Facebook, aonde um dos fatores mais importantes nessas organizações para obter o sucesso é a motivação.

Palavras-chave: motivação, liderança, organização.

## **A Gestão por Processos como Estratégia Empresarial de busca da Melhoria Contínua e Qualidade**

Rodrigo Ferreira Rodrigues  
Douglas Moreno Trepim  
Higor Correa Vecchi de Oliveira

### **Resumo**

De acordo com o ambiente atual em constante mudança, as organizações necessitam adotar estratégias que propiciem vantagens competitivas frente ao mercado. Desta forma, a gestão por processos auxilia estas organizações a reestruturarem seus sistemas de gestão, com o objetivo de alcançar melhorias em seus resultados, fazendo uso eficaz de seus recursos propiciando a maximização do valor entregue aos clientes e otimizando os procedimentos internos. É de clara percepção que para as organizações se manterem competitivas no mercado, elas devem rever seus processos continuamente e, além disso, associar baixo custo com padrão de excelência de qualidade, por conseguinte torna-se de extrema importância que as mesmas busquem a melhoria contínua em suas atividades e desenvolvam aquelas que de fato agreguem valor aos produtos e serviços. Para que haja melhoria contínua, é preciso se preocupar com a qualidade da gestão dos negócios, ser orientada para as necessidades dos clientes e ter uma abordagem voltada aos processos. Os processos são um conjunto de recursos e atividades inter-relacionados que recebem insumos, transforma-os em serviços ou produtos, agregando valor para atender as necessidades dos indivíduos. Os processos variam de organização para organização, desta maneira, para as organizações conhecerem seus processos, é necessário a adoção de estratégias que auxiliem o desenvolvimento desta atividade. Com isso, o mapeamento dos processos organizacionais, torna-se uma metodologia na qual desenvolve um entendimento aprofundado das atividades pertencentes ao processo de negócio na qual a organização atua, o mapeamento dos processos auxilia ainda as organizações a discernirem seus pontos fortes e fracos, além de aprimorar o entendimento acerca dos processos, aumentando a performance e otimizando práticas internas que gerem melhoria e agreguem valor ao negócio. Desta forma para que a organização se mantenha competitiva no mercado, a mesma deve adotar metodologias de aprimoramento contínuo do negócio, com isso, a melhoria contínua pode ser entendida como um processo planejado, organizado e sistêmico que visa o aprimoramento constante, conseqüentemente, pode ser traduzida para a área de processos como uma abordagem para analisar e aperfeiçoar continuamente as atividades fundamentais de uma organização, simplificando processos e conseqüentemente melhorando eficácia, eficiência e adaptabilidade da organização. Para que haja melhoria das operações é preciso haver medição quanto a qualidade dos processos, estipular metas que irão melhorar o desempenho e controle. Porém, para que se tenha melhoria contínua, deve haver esse ciclo constante de acompanhamento e evolução dos processos. Um ponto determinante para o sucesso da melhoria contínua são as pessoas. As

As pessoas precisam estar dispostas a se desenvolverem junto a organização, estimulando a mudança nos processos que gerem o crescimento da organizacional. Desta forma, percebe-se em várias obras, que há uma tendência atual na qual as organizações estão migrando de seus sistemas tradicionais, para uma visão orientada para processos a fim de criar vantagem competitiva que se torne sustentável. Como podemos perceber a gestão por processos é de fundamental importância, pois esta abordagem sistemática de gestão auxilia as organizações a potencializarem o desempenho da organização. Dessa forma, o presente artigo demonstra a importância da gestão por processos e como ela auxilia as organizações a reestruturarem seus sistemas de gestão para que alcancem melhoria em seus resultados. O desenvolvimento deste estudo teve como base a revisão de literaturas e artigos científicos voltados para a gestão por processos e sua interligação com a melhoria contínua e qualidade.

Palavras-chave: Processos organizacionais. Orientação para processos. Gestão por processos. Melhoria Contínua. Mapeamento de processos.

**A qualidade de vida no ambiente de trabalho:  
A influência de Elton Mayo nos dias de hoje**

Mariana Condé Zechini  
Cristiane Mariano de Oliveira  
Mayara Alves Ribeiro

**Resumo**

Este artigo tende a mostrar as mudanças surgidas com o passar do tempo no ambiente de trabalho, bem como a valorização dos funcionários. No Brasil, o colaborador precisa cumprir, pela lei, 44 horas semanais de serviços prestados, algumas vezes muito repetitivos e exaustivos, tendo, na maioria das vezes, poucos direitos e muitas obrigações, isso proporciona um stress e cansaço muito intenso, prejudicando a produtividade do colaborador dentro da empresa e fora dela, desestimulando-o e proporcionando um grande índice de insatisfação no local de trabalho. A insatisfação no trabalho desencadeia um dos principais motivos de “Turnover”, ou seja, uma grande rotatividade no quadro de funcionários dentro das empresas/indústrias, proporcionando grande prejuízo para ambos. Mas algumas empresas estão tentando mudar isso, elas estão tornando o local de trabalho “o melhor lugar para se viver”, pois o colaborador acaba passando mais tempo, de maneira produtiva, dentro da empresa do que fora dela, então por que não tornar isso uma experiência mais agradável? Algumas empresas são consideradas inovadoras pelo seu método de atrair, conquistar e conservar a fidelidade de seus funcionários tornando-os bem mais motivados a produzir, levando uma proposta mais dinâmica, interativa, acolhedora e humanizada para o ambiente de trabalho. O propósito desse estudo é mostrar as mudanças ocorridas através da influência da Teoria das Relações Humanas, desenvolvida por Elton Mayo e seus colaboradores. Essa teoria surgiu através da Experiência de Hawthorne, uma experiência que veio para estudar a influência do ambiente de trabalho no comportamento e na produtividade do indivíduo. Mostrou-se que o reconhecimento não se resume apenas na melhoria salarial e econômica, mas vai, além disso, o reconhecimento se mostra na melhoria da qualidade de vida no ambiente de trabalho e na satisfação psicológica e emocional do funcionário. A valorização vem para criar um ambiente de trabalho mais agradável, confortável e motivador. Mayo mudou o conceito, de maneira geral, do funcionário, que antes era visto como “Homo Economicus”, pela Teoria Clássica, agora é visto como “Homem Social”, pela Teoria das Relações Humanas, visando não só a melhoria e aperfeiçoamento na produção e o aumento dos lucros, mas também a melhoria no ambiente social para os funcionários. Pensando nisso, algumas empresas vêm criando um sistema bem mais flexível de trabalho para seus funcionários, com melhorias na qualidade ambiental e social, focando em tempos de descanso e lazer, premiações por metas alcançadas, entre outras, e ao contrário do que se pensava a produtividade dos funcionários valorizados aumentou de forma notória, a satisfação aumentou drasticamente e isso implica na diminuição do sistema de “Turnover”, logo os gastos das empresas também diminuem. Com isso há um benefício mútuo, onde o colaborador

ganha melhorias na qualidade de vida no ambiente de trabalho e no convívio social e a empresa ganha com mais desempenho e qualidade na produtividade por parte do funcionário. Este artigo foi feito para mostrar de que forma Elton Mayo e seus colaboradores influenciaram o comportamento organizacional em tempos atual, e o porquê de ser tão importante valorizar os funcionários no ambiente de trabalho, e quais são os impactos do equilíbrio entre a Teoria das Relações Humanas e os objetivos econômicos das empresas, mostrando os ótimos resultados que isso pode apresentar, tanto para o empresário quanto para o empregado.

Palavras-chave: Ambiente de trabalho. Funcionários. Qualidade de vida. Produtividade.

## **Como o avanço da internet mudou o comportamento do consumidor e o jeito de uma empresa fazer marketing digital**

Franciane Oliveira Perreira  
Patrik Damianse Brugiolo

### **Resumo**

Este artigo visa apresentar como as empresas estão modificando seus métodos de fazer marketing digital e discorreremos sobre o avanço tecnológico e a evolução das redes sociais. Para isso definiremos comportamento do consumidor, marketing digital e exemplificaremos a partir de casos encontrados na busca metodológica em livros e na internet. Para as organizações tornou-se cada vez mais importante fazer marketing digital inteligente e integrado aos objetivos organizacionais. O comportamento do consumidor é um estudo que busca compreender o motivo e o porquê das pessoas adquirirem determinado produto ou marca. Ao longo dos anos, esse campo de estudo do marketing veio se desenvolvendo com o passar do tempo e de tal maneira que, em um mercado competitivo como o de hoje, a sua aplicação tornou-se fundamental para entender e tomar decisões através do comportamento dos chamados fatores de consumo. Existem muitos aspectos que influenciam a compra de um produto ou a aquisição de um serviço, na qual podem ser subdivididos em três grupos: o comportamento pessoal, o comportamento cultural e o comportamento social. O comportamento pessoal busca entender em qual fase da vida, os consumidores se encontram e qual o mercado de consumo deles. O comportamento cultural pondera os diversos fatores culturais envolvidos ao produto ou serviço. Em meio à revolução do e-commerce procura-se saber se o cliente A tem um gosto e o cliente B tem outro gosto, a cultura é importante para tomada de decisões. Já o comportamento social analisa os grupos sociais e como essas relações intra-grupais interferem no consumo. Por exemplo grupos de família, status social e o meio profissional, são excelentes norteadores para a busca do conhecimento sobre o comportamento do consumidor. Consideramos então que o comportamento do consumidor é uma ferramenta importante para as organizações, tanto no auxílio a tomada de decisões quanto a fomentar e criar novos mercados e produtos. O consumidor sempre foi o fator mais importante do marketing, sendo as estratégias, os planejamentos, todos pensados para o cliente, fato aumentado pela era digital, onde recursos antigos foram melhorados pela tecnologia. Um fato que mudou a forma de como as empresas fazem o seu marketing, foi o surgimento das redes sociais, isso mudou a forma como as pessoas se relacionam, mostrou o lado virtual da vida e como as pessoas podem ter dois comportamentos, um para o virtual e um para o real. Como a população está cada vez mais conectada, o marketing teve que aderir à essa mudança, visto que além do relacionamento, as pessoas buscam na internet produto e serviços que melhor vão atendê-las. Então surge o conceito de marketing digital, que é utilizado como uma ferramenta que usa de estratégias por algum componente digital. Para estar dentro desse novo conceito, as empresas precisam ser capazes de se adaptar às mudanças, pois o cenário digital está sempre se modernizando. Com a

internet mais difusa e a informação se propagando de forma rápida as empresas e seus colaboradores têm que ter o máximo de cuidado com o que é escrito nas redes sociais para não ficar malvista tanto pelos consumidores fiéis quanto pelos clientes em potencial.

Palavras-chave: Revolução Internet; Comportamento Consumidor; Marketing Digital; Redes Sociais.