



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANDRÉA DO NASCIMENTO ALVES

**MOTIVAÇÃO NO TRABALHO HOME OFFICE NO PERÍODO DE PANDEMIA DO
COVID-19: O Caso de uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande -
PB**

**CAMPINA GRANDE
2021**

ANDRÉA DO NASCIMENTO ALVES

**MOTIVAÇÃO NO TRABALHO HOME OFFICE NO PERÍODO DE PANDEMIA DO
COVID-19: O Caso de uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande -
PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Administração.

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Orientador: Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra

**CAMPINA GRANDE
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A474m Alves, Andrea do Nascimento.

Motivação no trabalho home office no período de pandemia do covid-19: [manuscrito] : o caso de uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande - PB / Andrea do Nascimento Alves. - 2021.

24 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra , Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Motivação. 2. Home Office. 3. Telemarketing. I. Título

21. ed. CDD 658.314

ANDRÉA DO NASCIMENTO ALVES

MOTIVAÇÃO NO TRABALHO HOME OFFICE NO PERÍODO DE PANDEMIA DO COVID-19: O Caso de uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande - PB

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Administração.

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Aprovada em: 03/06/2021.

BANCA EXAMINADORA

Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra

Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Kaline Di Pace Nunes

Profa. Ma. Kaline Di Pace Nunes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria Dilma Guedes
Profa. Ma. Maria Dilma Guedes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	6
2.1 Motivação no trabalho	6
<i>2.1.1 Motivação Segundo a Teoria dos dois Fatores de Herzberg</i>	<i>7</i>
2.2 Home Office: Definições e Características	7
2.3 Motivação no trabalho home office nas empresas de telemarketing no período de pandemia do Covid-19	8
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	9
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	10
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
REFERÊNCIAS	17
APÊNDICE – QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE TCC.....	19

MOTIVAÇÃO NO TRABALHO HOME OFFICE NO PERÍODO DE PANDEMIA DO COVID-19: O Caso de uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande - PB

Andréa do Nascimento Alves*

RESUMO

A motivação é um assunto bastante estudado e de uma relevância significativa para o entendimento do comportamento das pessoas no ambiente laboral. Nos últimos tempos, uma modalidade de trabalho que vem ganhando força é o *home office* que, apesar de existir há alguns anos, vem sendo implementado cada vez mais, principalmente devido à pandemia do Covid-19. Este estudo buscou analisar a motivação no trabalho *home office* no período de pandemia à luz da teoria dos dois fatores de Herzberg (1959) em uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande-PB. A pesquisa se caracteriza como sendo exploratória-descritiva e também utilizou uma abordagem quali-quantitativa. Para coleta de dados foi elaborado um questionário semiestruturado que inicialmente dispôs de dados sócio demográficos e posteriormente utilizou variáveis baseadas na Teoria dos dois Fatores de Herzberg; na terceira seção foi verificado como os pesquisados avaliavam seu próprio nível de satisfação em relação ao *home office*. A pesquisa foi realizada em dois setores da empresa de telemarketing: o atendimento ativo e receptivo. O formulário foi enviado pelo aplicativo *WhatsApp* e os dados analisados através do *Google Forms*. A partir da análise dos dados, foi possível identificar que apesar do trabalho *home office* ter surgido de forma emergencial para garantir a sobrevivência da empresa, a maioria dos participantes da pesquisa encontra-se motivada no ambiente de trabalho. No entanto, constatou-se alguns pontos de insatisfação com relação ao reconhecimento e à remuneração.

Palavras-chave: Motivação. Home Office. Telemarketing

ABSTRACT

Motivation is a widely studied subject and is of significant relevance for understanding people's behavior in the work environment. In recent times, a type of work that has been gaining strength is the home office, which, despite having been in existence for some years, has been increasingly implemented, mainly due to the Covid-19 pandemic. This study aimed to analyze the motivation at home office work during the pandemic period in the light of Herzberg's theory of two factors (1959) in a telemarketing company in the city of Campina Grande-PB. The research is characterized as being exploratory-descriptive and also used a quali-quantitative approach. For data collection, a semi-structured questionnaire was developed that initially had socio-demographic data and later used variables based on Herzberg's Two Factor Theory; in the third section, it was verified how the respondents evaluated their own level of satisfaction in relation to the home office. The survey was conducted in two sectors of the telemarketing company: active and receptive service. The form was sent through the WhatsApp application and the data analyzed through Google Forms. From the data analysis, it was possible to identify that despite the home office work having emerged as an emergency to ensure the survival of the company, most research

participants are motivated in the work environment. However, there were some points of dissatisfaction with respect to recognition and remuneration.

Keywords: Motivation. Home Office. Telemarketing

1 INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia, da internet, as inovações que surgem a cada dia e o acesso cada vez mais rápido às informações, têm sido ferramentas de grande auxílio para as organizações no sentido de facilitar processos, de melhorar a comunicação interna e externa e de auxiliar nas tomadas de decisões. No setor de *telemarketing*, onde se trabalha diretamente com a tecnologia, as inovações que surgem podem facilitar ainda mais os processos além de trazer novas opções de soluções para o negócio. Quando uma empresa busca otimizar seus processos, e trazer mais soluções internas para seu negócio, buscando uma agilidade maior, a inovação tecnológica está se fazendo presente (LIMA E MENDES, 2003).

Assim como nos outros ramos de negócio, no setor de telemarketing se fala muito sobre gestão de pessoas e de como a questão da motivação é importante para busca e alcance de resultados satisfatórios, especialmente no contexto atual da pandemia e com a modalidade de trabalho *home office* cada vez mais evidente. Para Ribeiro, Passos e Pereira (2018) motivar os colaboradores é parte fundamental para que as empresas possam se desenvolver e se manterem no mercado. As organizações devem entender que para alcançar objetivos e produtividade é necessário trabalhar em conjunto pois cada pessoa é responsável por uma parte do processo, por algum recurso (CHIAVENATO, 2008).

O modelo de trabalho *home office* já existe a alguns anos, porém no contexto da pandemia do Covid-19 muitas empresas tiveram que adequar sua forma de trabalho para o *home office*, especialmente as empresas de *telemarketing* que possuem um grande número de colaboradores. De acordo com uma pesquisa realizada em 2020 pela SAP Consultoria em Recursos Humanos em parceria com a Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades (Sobratt) a modalidade de teletrabalho (*home office*) passa a ser uma realidade no Brasil, onde 46% das empresas pesquisadas já praticavam o *home office* de maneira estruturada, ainda de acordo com a pesquisa, empresas de TI/Telecom e serviços, são os segmentos onde a modalidade *home office* tem maior representatividade. Segundo a pesquisa do IBGE- PNAD COVID-19, realizada entre 20/09 e 26/09/2020, 7,9 milhões de pessoas estão trabalhando de forma remota.

Nesse contexto, busca-se a compreensão de como o *home office* pode estar impactando a motivação dos colaboradores mediante a pandemia do Covid-19. Ressalta-se ainda que essa modalidade foi implementada na empresa objeto do estudo após o surgimento da pandemia, emergindo assim o seguinte questionamento: Qual o impacto da motivação do trabalho no modelo de trabalho *home office* em um setor de telemarketing na cidade de Campina Grande - PB?

Este estudo se justifica por tratar de um tema atual e pelo fato de o *home office* ser algo relativamente novo na empresa. Além disso, surgem diversos desafios para implementação dessa modalidade em um período atípico no mundo, a pandemia mencionada anteriormente. Diante desse contexto, a pesquisa teve como objetivo analisar a motivação no trabalho *home office* no período de pandemia à luz da teoria dos dois fatores de Herzberg (1959) em uma empresa de telemarketing na cidade de Campina Grande-PB.

A estrutura do trabalho está organizada em mais quatro seções, a saber: a) a fundamentação teórica, com abordagem sobre motivação, trabalho *home Office* e motivação no trabalho na modalidade *home Office* durante o período de pandemia; Os aspectos

metodológicos que traçam o caminho percorrido pela pesquisa; A análise dos resultados e; E por último, surgem as considerações finais que abordam as limitações da pesquisa e as sugestões para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Motivação no trabalho

Há anos estudos acerca da motivação vêm sendo realizados devido a importância que esse fator traz para o ser humano e também como ele pode influenciar na vida e nas decisões, inclusive no ambiente de trabalho. Segundo Lopes (2003, p.10) “A motivação para o trabalho é uma expressão que indica um estado psicológico de disposição ou vontade de perseguir uma meta ou realizar uma tarefa.” Nesse sentido, entende-se que a motivação está relacionada a percepção do indivíduo sobre algo a ser realizado, e de como o mesmo é influenciado para realizar determinadas ações.

No interior das organizações o fator motivacional é muito analisado e discutido devido à importância que esse fator traz para que as organizações possam alcançar seus objetivos, no entanto a maioria dos estudos aponta que a motivação não pode ser gerada no outro, pois se trata de algo interno a cada pessoa. Na realidade, apesar da maioria dos líderes ainda acreditarem que seja possível gerar a motivação nos seus liderados através de bonificações ou de punições, por exemplo, a motivação está relacionada ao que cada indivíduo tem dentro de si e não a fatores externos (BERGAMINI, 2003). O maior desafio das organizações é alinhar os interesses individuais aos objetivos organizacionais

Uma pessoa não pode motivar a outra, apenas a si mesmo, pois a motivação é intrínseca e individual (GREGOLIN; A. PATZLAFF; P. PATZLAFF, 2011). Portanto, a visão geral a respeito da motivação é de que um indivíduo não motiva o outro, sendo considerada como algo interno a cada pessoa e que vai se fazer presente de acordo com o desejo ou objetivo que cada indivíduo deseja alcançar. De acordo com Silva (2004, p. 44) “A motivação, portanto, é sempre interna e individual, e a sua provocação dependerá, além do consentimento do interessado, da utilização das ferramentas adequadas.” Normalmente quando se estuda motivação, duas teorias são lembradas:

- **Teoria da Hierarquia das necessidades de Maslow:** a teoria das necessidades de Maslow é representada por uma pirâmide onde as necessidades do ser humano são elencadas, na base da pirâmide estão as necessidades fisiológicas, seguida das necessidades de segurança, logo acima a necessidade social, seguida das necessidades de estima e no topo a necessidade de realização pessoal, de acordo com essa teoria, o ser humano é motivado por essas necessidades.

De acordo com Robbins 2002, p. 152 (apud BONETTI 2010, p.19) “Existe uma hierarquia de cinco necessidades e, à medida que cada uma delas é satisfeita, a seguinte torna-se dominante.” Nesse sentido entende-se que, para que uma necessidade seja despertada no ser humano, é necessário que a anterior já tenha sido satisfeita. A motivação é despertada através das necessidades que são identificadas (LOPES, 2003).

- **A teoria dos dois fatores de Herzberg,** se refere a motivação relacionada ao trabalho e também é conhecida como a teoria da higiene – motivação, nessa teoria são analisados os fatores higiênicos ou insatisfatórios, e os fatores motivacionais ou satisfatórios.

Esta teoria será o objeto de estudo dessa pesquisa e é abordada com mais detalhes no tópico seguinte.

2.1.1 Motivação Segundo a Teoria dos dois Fatores de Herzberg

A teoria dos dois fatores de Herzberg ou teoria motivação-higiene basicamente aponta dois fatores que podem influenciar um indivíduo em seu ambiente de trabalho, os fatores motivadores onde esses podem aumentar ou diminuir o grau de satisfação do indivíduo e os fatores considerados de higiene que buscam evitar a insatisfação do indivíduo em seu ambiente de trabalho (GOMES E QUELHAS, 2003).

De acordo com Do Carmo (2019, p. 12) “Herzberg alicerça sua teoria no ambiente externo e no trabalho do indivíduo, para ele a motivação das pessoas depende de dois fatores.” Os fatores aos quais o autor se refere são os higiênicos que também podem ser considerados como fatores que geram insatisfação e os fatores motivacionais que podem ser considerados como fatores que geram satisfação, ambos são ilustrados no quadro abaixo:

Figura 1 Fatores da Teoria de Herzberg

Fatores que levam à insatisfação	Fatores que levam à satisfação
(Fatores Higiênicos)	(Fatores Motivacionais)
Política da Empresa	Crescimento
Condições do ambiente de Trabalho	Desenvolvimento
Relacionamento com outros funcionários	Responsabilidade
Segurança	Reconhecimento
Salário	Realização

Fonte: Portal Gestão (S/D)

- Fatores higiênicos ou insatisfatórios: estão relacionados ao ambiente de trabalho em si e dizem respeito a questões salariais, a estabilidade no emprego, as relações com os líderes ou superiores, e também as condições físicas do ambiente de trabalho (LOPES, 2003)
- Fatores motivacionais ou satisfatórios: Dizem respeito ao trabalho em si, e tem relação com fatores como crescimento profissional e realização pessoal (LOPES, 2003).

Entende-se portanto que de acordo com essa teoria o indivíduo pode se sentir satisfeito ou não através do seu ambiente de trabalho, do trabalho em si, das relações que possui dentro da organização, entre outros fatores que determinaram sua satisfação ou insatisfação com o trabalho. Segundo Bonetti (2010, p. 22) “Herzberg entende que o maior fator motivacional para o homem está dentro do seu próprio trabalho, ou seja, acredita que a relação de uma pessoa com o seu trabalho é básica e que as atitudes tomadas podem refletir no seu sucesso ou no seu fracasso na empresa.” Assim, os fatores higiênicos localizam-se no ambiente de trabalho, sendo extrínsecos às pessoas. Se presentes deixam de causar insatisfação, mas não são causadores de satisfação. Já os fatores motivadores são intrínsecos.

2.2 Home Office: Definições e Características

O modelo de trabalho *home office* apesar de já existir a alguns anos, tem sido bastante implementado nos últimos tempos especialmente devido a pandemia do covid-19. O *home office* se trata basicamente de uma forma de trabalho, onde o indivíduo realiza as atividades que antes realizava na empresa de sua própria casa ou de algum ambiente que julgar adequado para o trabalho.

Conforme Almeida (2019):

O termo *home office*, utilizado nas organizações do Brasil, significa trabalho em domicílio. O trabalho em *home office* é uma modalidade do chamado “teletrabalho”, no qual o funcionário realiza suas atividades laborais fora da organização, podendo exercê-las de maneira integral ou não, com o uso de ferramentas tecnológicas que o conectem a ela.

Ou seja, a modalidade de trabalho *home office* significa basicamente que as atividades que antes eram realizadas somente na empresa, agora podem ser realizadas fora dela, em um ambiente que seja considerado adequado para realizá-las. Alguns estudos apontam outras formas de trabalho em *home office*, além do trabalho em domicílio, como os trabalhos dos representantes de vendas que são externos, e de técnicos de empresas de internet, por exemplo (TREMBLAY, 2002).

O *home office* apresenta algumas características como por exemplo, a possibilidade de flexibilização dos horários, a forma de comunicação tanto dos colaboradores com os clientes como com os seus líderes serem a distância, o uso de equipamentos como computadores e celulares na execução das atividades e processo mais eficientes, apresenta também uma maior comodidade porque o colaborador pode adequar o ambiente as suas necessidades, podendo torná-lo mais confortável (GATTI et al, 2018).

O modelo de trabalho *home office* ou teletrabalho de um modo geral, pode ser visto como sendo algo mais flexível, que possibilita uma dinâmica diferente das já existentes no ambiente de trabalho, tanto para o colaborador como para organização, possibilitando mudanças nas condições de trabalho (ALMEIDA, 2019).

2.3 Motivação no trabalho home office nas empresas de telemarketing no período de pandemia do Covid-19

A motivação é algo muito discutido em todos os ramos de trabalho devido a importância que esse fator tem sobre o desenvolvimento do colaborador e conseqüentemente sobre os resultados da organização. Fala-se muito sobre: engajamento das equipes, busca de alcance de resultados e de como um colaborador ou equipe motivada é importante para o sucesso ou fracasso de um negócio. Nas empresas de *telemarketing* a discussão não é diferente, afinal a questão da motivação é algo que está presente no dia a dia das organizações. Percebe-se que por ser um ambiente normalmente relacionado a estresses e tensões devido às funções desempenhadas e a cobrança por metas, as tentativas de motivar o colaborador ocorrem com frequência.

De acordo com Tamayo e Paschoal (2003) a motivação no trabalho se torna algo difícil pois os interesses das organizações muitas vezes são diferentes dos interesses do colaborador; na realidade, ambas as partes estão envolvidas para o alcance de um objetivo em comum, porém cada uma delas apresenta as suas exigências. Portanto, mesmo que as empresas de *telemarketing*, ou líderes busquem motivar suas equipes, nem sempre essas tentativas darão certo ou trarão o retorno desejado, pois cada pessoa, cada colaborador possui seus próprios interesses que nem sempre são compatíveis com os da organização.

As empresas de telemarketing apresentam essa realidade, afinal a cobrança sobre o colaborador é sempre maior do que o retorno que esse recebe da organização. Para Pacheco (2011) a motivação está dentro de cada pessoa, o que é possível fazer para despertar a motivação, é tentar estimulá-la e dar incentivos para que através disso a motivação possa ser despertada.

Mesmo que de uma maneira geral a motivação seja entendida como algo interno, de acordo com Tamayo e Paschoal (2003) para muitos autores, a motivação humana pode estar relacionada a um fator psicológico que está ligado aos comportamentos e impulsos que o

indivíduo recebe. Portanto é importante que a motivação se faça presente nas organizações levando estímulos aos colaboradores, em especial nas empresas de *telemarketing* que demandam de uma colaboração e participação muito grande dos colaboradores em seus processos

A partir da disseminação do vírus, as empresas viram a necessidade de se adaptarem a essa nova realidade e buscar alternativas para que de certa forma pudesse proporcionar uma maior segurança aos seus colaboradores. O *home office* já fazia parte da realidade de algumas empresas, mas a adaptação a esse modelo deixou de ser opcional com a pandemia e passou a ser uma exigência (BRANT, 2020). Assim, a modalidade de trabalho *home office* apesar de já existir há alguns anos, vem se evidenciando cada vez mais com a pandemia do Covid-19.

De acordo com Silva I; Silva M. e Santos (2020) “Devido à pandemia da Covid-19, o teletrabalho ganhou força por ser, em muitos casos, a única modalidade de trabalho viável frente à obrigatoriedade do isolamento social.” Nesse sentido, entende-se que a modalidade de trabalho *home office* veio como uma alternativa mediante a necessidade que a pandemia trouxe de as empresas manterem a maior quantidade de colaboradores possível, trabalhando de suas casas.

Essa nova realidade trouxe muitos desafios tanto para as empresas como para os colaboradores no sentido de motivação e adaptação, pois foi algo que teve que ser implementado de uma forma rápida e para muitas empresas e principalmente para os colaboradores, era uma realidade até então desconhecida.

As empresas tiveram que proporcionar aos colaboradores meios de trabalhar em *home office* disponibilizando equipamentos, por exemplo, além de desenvolver formas de acompanhar o trabalho desempenhado por cada colaborador, pensando também na segurança das informações a que esses têm acesso. Para o colaborador, houve a necessidade de desenvolver novas habilidades, de adaptar sua casa para o trabalho, além de conciliar o trabalho ao relacionamento com a família e manter a comunicação com as pessoas do seu trabalho de forma remota (BRANT, 2020).

Nesse sentido, entende-se que a implementação do *home office* face à pandemia do Covid-19 trouxe vantagens e desvantagens tanto para a empresa como para o colaborador. Surge então, uma necessidade de adaptação diária para essa nova realidade, principalmente no tocante à motivação e essa modalidade é algo que poderá permanecer sendo implantado pelas organizações ou permanecer mesmo após a pandemia. De acordo com a Revista Brasil (2020) o trabalho em *home office* tende a continuar mesmo após o fim da pandemia. Daí surge a necessidade de analisar continuamente a motivação dos seus colaboradores em relação a esse tipo de modalidade de trabalho.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa em questão caracteriza-se como sendo um estudo exploratório descritivo. Considera-se exploratória pela busca da caracterização, classificação e definição do problema de uma pesquisa (RODRIGUES, 2007) e descritiva pois visa demonstrar através da coleta de dados, as características de um determinado grupo, população ou fenômeno (GIL, 2002).

O estudo também possui caráter qualitativo pois busca compreender os aspectos relacionados a um grupo ou uma organização (SILVEIRA E CÓRDOVA, 2009) e quantitativo pois traz informações numéricas a respeito das informações que são colhidas, para que essas sejam analisadas (RODRIGUES, 2007). Além desses aspectos, trata-se de um estudo de caso em uma empresa de telemarketing, pois de acordo com Danton (2002) o

estudo de caso inclui várias técnicas de pesquisa, onde uma delas é o questionário, que foi a técnica aplicada para esse estudo.

A população da pesquisa foi composta por equipes de colaboradores que estão em *home office*, sendo equipes de setores de atendimento ativo e atendimento receptivo de uma empresa de *telemarketing* na cidade de Campina Grande-PB. A pesquisa foi realizada através do *Google Forms*.

No setor de atendimento ativo a pesquisa foi realizada com uma equipe de 31 colaboradores onde seis não se disponibilizaram a responder aos questionamentos; dessa forma, a amostra final foi de 25 participantes, correspondendo a aproximadamente 82% do total. No setor de atendimento receptivo, a pesquisa foi realizada com uma equipe de 40 colaboradores, sendo que dez se recusaram a participar do estudo; dessa forma, a amostra final foi de trinta participantes, correspondendo a aproximadamente 76% do total. A amostra final do estudo constou de 55 (cinquenta e cinco) participantes.

No que diz respeito à coleta de dados, foi elaborado um questionário semiestruturado, onde o instrumento foi dividido em três partes:

1. Dados sócio demográficos: sexo, idade, estado civil, escolaridade, se mora sozinho ou acompanhado (se acompanhado, o número de pessoas que moram na mesma residência), há quanto tempo trabalha na empresa e se pretende continuar na empresa pelos próximos cinco anos.

2. Dados sobre a motivação em *home office* mediante a elaboração de um formulário, com 12 afirmativas onde a referência utilizada foram os estudos feitos por Frederick Herzberg (1959) no campo da motivação. Essa teoria apresenta dois fatores específicos para o estudo da motivação, que são:

Fatores considerados de higiene para o trabalho como: condições de trabalho, remuneração, segurança no trabalho, relações no trabalho;

Fatores motivacionais: gostar do trabalho, se sentir reconhecido, se sentir realizado, ter possibilidades de crescimento no trabalho;

3. O instrumento de coleta questionou aos participantes da pesquisa sobre como esses avaliam seu próprio grau de motivação no trabalho *home office*, as opções de resposta foram: desmotivado; pouco motivado; motivado e muito motivado. Utilizou-se, para elaboração do formulário, a escala tipo Likert de cinco pontos, onde cada respondente manifestou seu nível de concordância com cada assertiva, tendo as seguintes opções de resposta: 1. Discordo totalmente, 2. Discordo, 3. Nem concordo nem discordo, 4. Concordo, 5. Concordo totalmente. Para o envio do formulário foi utilizada a rede social *WhatsApp*. Assim, os dados foram obtidos através de um formulário criado pelo *Google Forms*, que é uma ferramenta online de criação de formulários de forma gratuita. Posteriormente, os dados foram analisados através dessa ferramenta.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Através dos resultados obtidos com a aplicação do questionário, foi verificado que 80% dos respondentes são do sexo feminino e 20% são do sexo masculino, com idades entre 22 e 56 anos, sendo 47% dos pesquisados solteiros, 42% casados e 11% divorciados. Quanto ao grau de escolaridade, 45% possuem o ensino médio completo, 35% estão com o ensino superior em andamento e os outros 16% possuem ensino superior completo e 4% possuem mestrado. Afirmaram morar acompanhados 95% dos pesquisados, onde 55% moram com entre três e cinco pessoas na mesma residência. Quanto ao tempo de trabalho na empresa, 47% trabalham há mais de 6 anos, outros 35% trabalham entre três e seis anos na empresa. Ao serem questionados se desejam permanecer na empresa pelos próximos cinco anos, 73%

responderam que sim, enquanto 27% afirmaram desejar sair da organização. Os dados detalhados encontram-se expostos na tabela 1.

Tabela 1 Distribuição dos dados sócio demográficos dos respondentes da pesquisa.

Questões	Opções	Nº	%
Sexo	Masculino	11	20
	Feminino	44	80
Idade	Entre 20 e 30 anos	32	58
	Entre 30 e 40 anos	18	33
	Entre 40 e 50 anos	4	7
	Entre 50 e 60 anos	1	2
Estado Civil	Solteiro	26	47
	Casado	23	42
	Divorciado	6	11
	Viúvo	0	0
Escolaridade	Ensino médio completo	25	45
	Ensino superior em andamento	19	35
	Ensino superior completo	9	16
	Mestrado	2	4
Moro sozinho	Sim	3	5
	Não	52	95
Se acompanhado, quantas pessoas moram na mesma casa	Até duas	22	40
	Entre três e cinco pessoas	30	55
	Acima de cinco pessoas	3	5
Há quanto tempo trabalha na empresa	Menos de um ano	5	9
	Entre um e três anos	5	9
	Entre três e seis anos	19	35
	Mais de seis anos	26	47
Pretende continuar na empresa pelos próximos cinco anos	Sim	40	73
	Não	15	27

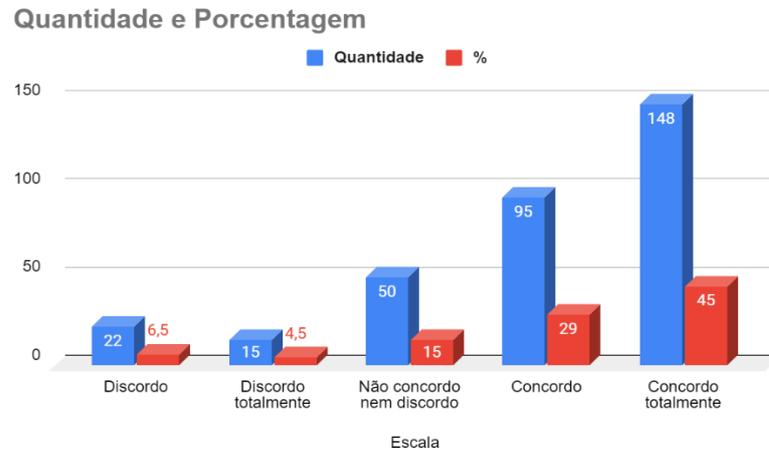
Fonte: Elaboração própria (2021).

É interessante verificar que os a maioria dos respondentes do estudo (47%) trabalha na empresa há mais de seis anos; A empresa atua em Campina Grande desde o ano de 2012, ou seja, há aproximadamente 9 anos. Neste sentido, existe a possibilidade de a maioria dos respondentes fazerem parte da empresa desde o início de sua atuação. Contudo, a maioria (73%) pretende continuar na empresa pelos próximos 5 anos.

De acordo com a figura 2, no tocante aos fatores higiênicos, 6 (seis) assertivas foram respondidas por 55 participantes, totalizando 330 respostas. Desse total: 45% dos participantes concordam totalmente com a existência dos fatores higiênicos trabalhando em *Home Office*; outros 29% concordam; 15% não concordam nem discordam; 6,5% discordam e

4,5% discordam totalmente da existência desses fatores no ambiente de trabalho na modalidade *home office*.

Figura 2 Avaliação da concordância dos respondentes da pesquisa com relação aos fatores higiênicos.



Fonte: Elaboração própria (2021)

A presença dos fatores higiênicos no modelo de trabalho *home office*, apresentou os seguintes dados:

1. 29% dos respondentes da pesquisa concordam totalmente em ter boas condições de trabalho em *home Office*, 42% concordam; 18% não concordam nem discordam, 9% discordam; e 2% discordam totalmente;
2. 33% concordam totalmente que seu ambiente de trabalho é adequado, 29% concordam, 23% não concordam nem discordam, 11% discordam e 4% discordam totalmente;
3. 14% concordam totalmente que sua remuneração é adequada para o trabalho que desenvolve, 24% concordam e 27% não concordam nem discordam, 18,5% discordam e 16,5% discordam totalmente;
4. 69% concordam totalmente que se sentem mais seguros trabalhando em *home office*, 22% concordam; 5% não concordam nem discordam; e 4% discordam totalmente;
5. 62% concordam totalmente que possuem um bom relacionamento com líderes e colegas de trabalho mesmo em *home office*, 27% concordam ; 9% não concordam nem discordam; e 2% discordam;
6. 62% concordam totalmente que conseguem desenvolver todas as atividades que desenvolviam na empresa com facilidade, 29% concordam e 7% não concordam nem discordam e 2% discordam totalmente;

A tabela 2 a seguir mostra de forma detalhada o nível de concordância dos participantes da pesquisa em relação aos fatores higiênicos:

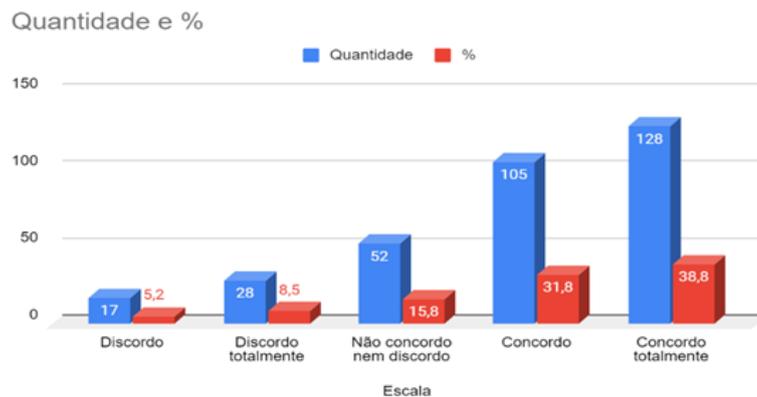
Tabela 2 Detalhamento do grau de concordância das afirmativas apresentadas com relação aos fatores higiênicos.

Afirmativa	Concordo totalmente %	Concordo %	Não concordo nem discordo %	Discordo %	Discordo Totalmente %
1	29%	42%	18%	9%	2%
2	33%	29%	23%	11%	4%
3	14%	24%	27%	18,5%	16,5%
4	69%	22%	5%	0%	4%
5	62%	27%	9%	2%	0
6	62%	29%	7%	0	2%

Fonte: Elaboração própria (2021)

No tocante aos fatores motivadores, 6 assertivas foram respondidas por 55 participantes, totalizando 330 respostas; destas, 38,8% dos respondentes concordam totalmente com a existência de fatores motivadores; 31,8% concordam; 15,8% não concordam nem discordam; 5,2 % discordam e 8,5% discordam totalmente (Figura 3).

Figura 3 Avaliação da concordância dos respondentes da pesquisa com relação aos fatores motivacionais



.Fonte: Elaboração Própria (2021).

De acordo com a tabela 3, o estudo da presença dos fatores motivadores no modelo de trabalho *home office*, apresentou os seguintes dados:

- 38% dos respondentes da pesquisa concordam totalmente que a empresa busca aperfeiçoar as habilidades dos funcionários através de treinamentos online, 38% concordam, 15% não concordam nem discordam, 4% discordam; e 5% discordam totalmente;
- 47% concordam totalmente que gostam do seu trabalho, 36% concordam, 9% não concordam nem discordam, 2% discordam e 6% discordam totalmente;
- 33% concordam totalmente que se sentem realizados com o cargo que ocupam, 25% concordam, 20% não concordam nem discordam, 13% discordam e 9% discordam totalmente;

- 5 14% concordam totalmente que se sentem reconhecidos pelo que fazem, 34% concordam, 24% não concordam nem discordam; 8% discordam e 20% discordam totalmente;
- 6 47% concordam totalmente que a empresa oferece oportunidades de crescimento para o colaborador mesmo em *home office*, 33% concordam; 15% não concordam nem discordam e 5% discordam totalmente;
- 7 53% concordam totalmente que se sentem melhor e mais produtivos trabalhando em casa do que na empresa; 23% concordam; 14% não concordam nem discordam; 5% discordam e 5% discordam totalmente.

Tabela 3 Detalhamento do grau de concordância das afirmativas apresentadas com relação aos fatores motivacionais.

Afirmativa	Concordo totalmente %	Concordo %	Não concordo nem discordo %	Discordo %	Discordo Totalmente %
1	38%	38%	15%	4%	5%
2	47%	36%	9%	2%	6%
3	33%	25%	20%	13%	9%
4	14%	34%	24%	8%	20%
5	47%	33%	15%	0%	5%
6	53%	23%	14%	5%	5%

Fonte: Elaboração própria (2021).

Após a análise dos dados acerca dos fatores considerados de higiene e motivadores, é possível identificar que, com relação aos fatores de higiene o que mais apresenta discordância é a questão da remuneração (18,5% dos pesquisados discordam e 16,5% discordam totalmente que a sua remuneração é adequada para o trabalho desenvolvido). Esse resultado é semelhante ao encontrado no estudo realizado por Brandão et al (2014) sobre a satisfação no serviço público na Superintendência Regional do Trabalho e Emprego no Ceará. Nesse local, a questão da remuneração também é um fator que gera insatisfação entre os servidores públicos e estagiários; outro estudo semelhante realizado por Silva Junior (2001) revela que a remuneração está entre um dos fatores higiênicos que mais geram insatisfação.

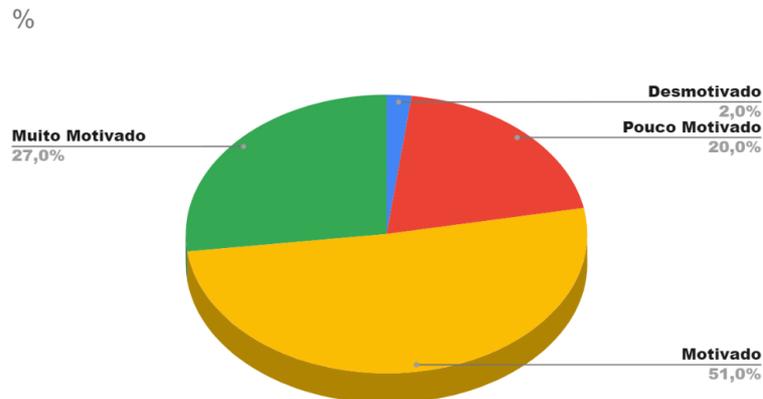
Portanto, a maioria dos pesquisados não concorda que seus salários sejam compatíveis com o trabalho que realizam. Por outro lado, é possível identificar que existe um elevado grau de concordância (69%) com as demais afirmativas, especialmente no que diz respeito a “sentir-se mais seguro trabalhando em *home office* nesse cenário de pandemia”.

Com relação aos fatores considerados motivacionais, percebe-se que o maior percentual de discordância se refere à assertiva “sentir-se reconhecido pelo que faz”. Esse dado pode contribuir para que 27% dos pesquisados não desejem permanecer na empresa pelos próximos cinco anos. Um outro fator que chama atenção, é o “sentir-se melhor e mais produtivo trabalhando em casa do que na empresa”, já que 53% dos funcionários pesquisados concordam totalmente com essa assertiva. Não se pode desconsiderar a possibilidade de o *home office* ser uma modalidade que gera uma liberdade maior e de certa forma a pressão pode se tornar menor quando comparada ao trabalho presencial já apresenta uma certa tensão associada ao alcance constante de metas. Os demais fatores considerados motivadores, tiveram resultados de concordância semelhantes.

Com relação ao grau de motivação analisado pelo estudo, 27% dos participantes da pesquisa consideram-se muito motivados trabalhando na modalidade *home office*; 51%

consideram-se motivados; 20% consideram-se pouco motivados e 2% desmotivados (Figura 4).

Figura 4 Avaliação referente ao grau de motivação no modelo de trabalho *home office*.



Fonte: Elaboração própria (2021)

Em suma, é possível identificar que a maioria dos respondentes se considera motivada ou satisfeita. No entanto, é possível identificar que ainda existe um certo nível de desmotivação (20% dos pesquisados se sentem pouco motivados trabalhando em *home office*). Em geral, as afirmativas analisadas tanto no que diz respeito aos fatores considerados de higiene quanto aos fatores considerados motivacionais, tiveram um elevado grau de concordância. O resultado desse estudo se assemelha com o resultado encontrado no estudo realizado por Del Cura e Rodrigues (1999) onde os pesquisados demonstraram um elevado grau de satisfação com os fatores estudados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No estudo realizado, foi possível identificar que a maioria dos respondentes da pesquisa se considera motivado trabalhando na modalidade *home office*. Diante da análise realizada e com base na teoria dos dois fatores de Herzberg, foi possível identificar os fatores considerados de higiene ou de insatisfação e os fatores motivadores ou de satisfação no ambiente laboral. De forma mais específica, os respondentes revelaram concordar com a existência desses dois fatores diante dessa modalidade de trabalho.

Contudo, a pesquisa pôde identificar também pontos de insatisfação em relação à remuneração e ao reconhecimento pelo trabalho desenvolvido. Esse resultado mostra inclusive que pode resultar em demissões desnecessárias já que uma parcela dos respondentes (27%) não deseja permanecer na empresa pelos próximos cinco anos. Sendo assim, esse é um ponto que merece atenção já que os funcionários constituem os principais ativos das empresas.

O estudo da motivação é ainda algo muito complexo, pois diversos aspectos necessitam ser verificados e questionados. Essa temática se torna relevante não apenas para os colaboradores, como também para as organizações. Considera-se ainda que os gestores têm o papel de compreender os indivíduos de forma singular, já possuem realidades, oportunidades e experiências de vida diferentes. Apesar de toda essa discussão, o amor ao trabalho se torna

essencial já que a motivação é vista como algo interno a cada pessoa. Na verdade, mesmo não sendo possível fazer uma generalização sobre essa temática, esse estudo buscou contribuir para uma expansão desse debate em um contexto atípico, de pandemia do Coronavírus.

O fato é que na empresa objeto de estudo, o trabalho *home office* surgiu de forma emergencial para garantir a sobrevivência da empresa e conseqüentemente a manutenção do quadro de pessoal. Nesse sentido, um dos desafios desse estudo foi abdicar de vieses perceptivos para identificar a realidade desse ambiente laboral em um período de dificuldades que assolam o mundo inteiro. A motivação nessa modalidade de trabalho nas empresas de telemarketing constitui uma peça chave para o desenvolvimento humano, pois é nas organizações que o trabalhador pode encontrar a sua autorrealização ou até mesmo a frustração.

Diante dos resultados encontrados, é possível inferir que alguns fatores motivacionais do modelo *home office* podem ter sido influenciados pelo contexto da pandemia do Coronavírus. Entretanto, foram encontradas poucas associações entre os dois construtos em estudo. Sugere-se, assim, que novos trabalhos sejam conduzidos para aprofundar essa questão. Vale destacar, ainda, que a análise da motivação emergiu das percepções dos respondentes de apenas duas equipes e esse aspecto pode ter tornado pouco clara a diferenciação entre “o que é” e “o que poderia ser” a motivação (HOUSE et al., 2004). Dessa forma, seria interessante, na continuidade deste estudo, incluir outros respondentes, outros atores envolvidos com as operações dessas empresas de telemarketing. Sugere-se ainda para estudos futuros, observações *in loco* e entrevistas que possam promover uma compreensão mais rica, mais repleta de nuances, contribuindo assim para um maior esclarecimento da temática estudada.

REFERÊNCIAS

- Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/trabalho-em-home-office-tende-continuar-apos-fim-da-pandemia>. access on 18 Maio. 2021
- BERGAMINI, Cecília Whitaker. Motivação: uma viagem ao centro do conceito. *GV EXECUTIVO*, v. 1, n. 2, p. 63-67, 2003
- BONETTI, Gabriel et al. Motivação dos funcionários em um escritório de contabilidade: aplicação do modelo dos dois fatores de Frederick Herzberg. 2010.
- BRANDÃO, Isac de Freitas et al. Satisfação no serviço público: um estudo na Superintendência Regional do Trabalho e Emprego no Ceará. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 20, n. 1, p. 90-113, 2014.
- BRANT, Raquel; MOURÃO, Helena Cardoso. Desafios do teletrabalho na pandemia COVID-19: quando o home vira office. *Caderno de Administração*, v. 28, n. Edição E, p. 71-75, 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de pessoas*. Elsevier Brasil, 2008.
- DANTON, Gian. *Metodologia científica*. Pará de Minas-Mg: Virtualbooks, 2002
- DEL CURA, Maria Leonor Araújo; RODRIGUES, Antonia Regina Furegato. Satisfação profissional do enfermeiro. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, v. 7, n. 4, p. 21-28, 1999.
- DO CARMO, Elias Reginaldo et al. *Motivação no setor público: uma análise a partir de uma organização militar*. 2019
- GATTI, Daniele Pala et al. Home Office: vantagens, desvantagens e desafios para empresas e funcionários. *Revista de Administração do UNIFATEA*, v. 16, n. 16, 2018.
- GIL, Antonio Carlos. *Como classificar as pesquisas. Como elaborar projetos de pesquisa*, v. 4, p. 44-45, 2002.
- GREGOLIN, Marcos Roberto P.; PATZLAFF, Airton Carlos; PATZLAFF, Priscila Maria Gregolin. *Motivação para o trabalho e o comportamento humano nas organizações. Emancipação*, v. 11, n. 1, p. 59-71, 2011.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Indicadores de Trabalho.2020* Available from <<https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/>>.access on 02 Abr. 2021.
- JUNIOR, Silva et al. Satisfação no trabalho: um estudo entre os funcionários dos hotéis de João Pessoa. **Psico-USF**, v. 6, n. 1, p. 47-57, 2001.
- LIMA, Marcos Antonio Martins; MENDES, José Piragibe Figueiredo. *Inovação na gestão organizacional e tecnológica: conceitos, evolução histórica e implicações para as micros, pequenas e médias empresas no Brasil*. *Revista Produção Online*, v. 3, n. 2, 2003.
- LOPES, Tomas de Vilanova Monteiro. *Motivação no trabalho*. FGV, Instituto de Documentação, Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1980

PACHECO, Luana Quintanilha. Motivação nas Empresas de Call center. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO. 2011.

RIBEIRO, Marco Ferreira; PASSOS, Clotilde; PEREIRA, Paulo. Motivação organizacional: fatores precursores da motivação do colaborador. **Gestão e desenvolvimento**, n. 26, p. 105-131, 2018.

RODRIGUES, William Costa et al. Metodologia científica. Faetec/IST. Paracambi, p. 2, 2007.

SAP Consultoria em recursos humanos LTDA. Pesquisa home office 2018. Campinas, 2018 Available from <<https://sapconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2020/12/pesquisahomeoffice2020.pdf>> .access on 02 Abr. 2021.

SILVA, Ivan Conceição Martins da; SILVA, Marina Hastenreiter; SANTOS, Mayra Laborda. Condições de trabalho em casa durante a pandemia: uma análise do discurso do sujeito coletivo dos trabalhadores do setor de agências de turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 1, 2021.

SILVA, Ivo Barcelos da. A motivação dos juízes e servidores como técnica de eficiência. **Revista CEJ**, v. 8, n. 24, p. 43-48, 2004.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CORDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 33-44, 2009.

TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba, v. 7, n. 4, p. 33-54, Dec. 2003 Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552003000400003&lng=en&nrm=isso>.accesson 27 Mar. 2021.

TREMBLAY, Diane-Gabrielle. Balancing work and family with telework? Organizational issues and challenges for women and managers. **Women in Management Review**, 2002.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE TCC

Caro colaborador:

O presente instrumento de pesquisa constitui um dos elementos integrantes do trabalho de conclusão de curso em Administração da UEPB (Universidade Estadual da Paraíba) do Campus I. O objetivo central do trabalho é analisar a motivação dos colaboradores no trabalho home office dessa empresa. Solicitamos a sua colaboração no sentido de responder com precisão e prontidão às questões elaboradas. Cabe destacar a importância da sua participação, bem como informar que o questionário respondido será considerado estritamente confidencial e as respostas não serão tratadas de modo individualizado.

Ciente de sua valiosa contribuição agradecemos antecipadamente,

Andrea do Nascimento, orientanda (andrea.alves@aluno.uepb.edu.br) e Larissa Ataíde, orientadora (larissataide@yahoo.com.br).

Para cada uma das perguntas abaixo, marcar somente uma opção de resposta:

(Seção 1)

01) Idade _____

02) Sexo: Masculino Feminino

03) Estado Civil: Casado Solteiro Divorciado Viúvo

04) Escolaridade : Ensino médio completo Ensino superior em andamento Ensino superior completo Mestrado

05) Mora sozinho? Sim Não

06) Caso não more sozinho, quantas pessoas moram na mesma casa que você?

Até duas Entre três e cinco pessoas Acima de cinco pessoas

07) Há quanto tempo trabalha na empresa?

Menos de um ano Entre um e três anos Entre um e três anos Mais de seis anos

08) Pretende continuar na empresa pelos próximos cinco anos?

Sim Não

As afirmativas abaixo devem ser respondidas da seguinte forma:

(1)Discordo totalmente

(2) Discordo

(3) Nem concordo nem discordo

(4) Concordo

(5) Concordo totalmente

(Seção 2)**01) Você tem boas condições de trabalho no modelo home office.**

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

02) Considera seu ambiente de trabalho adequado.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

03) Considera sua remuneração adequada para o trabalho que desenvolve.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

04) De um modo geral, você se sente mais seguro trabalhando em home office.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

05) Possui um bom relacionamento com os colegas de trabalho e superiores mesmo trabalhando em casa.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

06) Você consegue desenvolver de casa, todas as atividades que desenvolvia na empresa com facilidade.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

(Seção 3)**07) Você acredita que a empresa busca aperfeiçoar as habilidades dos funcionários através de treinamentos online.**

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

08) Você gosta do seu trabalho.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

09) Você se sente realizado no cargo que ocupa atualmente.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

10) Você se sente reconhecido pelo que faz.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

11) Você acredita que a empresa oferece oportunidades de crescimento para o colaborador mesmo em home office.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

12) Você se sente melhor e mais produtivo trabalhando em casa do que se sentia na empresa.

(1)Discordo totalmente (2) Discordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Concordo
(5) Concordo totalmente

A pergunta abaixo deve ser respondida com as seguintes opções:

Desmotivado Pouco motivado Motivado Muito motivado

Você se sente motivado trabalhando em home office?

Desmotivado Pouco motivado Motivado Muito motivado

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me permitido chegar a conclusão desse curso, e por todas as bênçãos que Ele tem derramado sobre a minha vida, sem a misericórdia de Deus eu não teria chegado até aqui.

Agradeço a minha família por todo o apoio durante essa jornada, em especial aos meus pais Leni e Afonso dos quais me orgulho e me sinto honrada em ser filha, agradeço aos meus irmãos Alex por ser um exemplo de perseverança, assim como minha irmã Andreza que busca a cada dia alcançar seus objetivos, a Alisson por ser um irmão amoroso e um excelente pai, a Adriane que sempre me escuta e entende e a Lizandra que é um talento de menina.

Agradeço ao meu namorado e companheiro de vida Jonathan por toda compreensão, paciência e incentivo, a minha sogra Socorro por ser um exemplo de mulher guerreira e ao meu sogro João que com sua calma, ensina a todos como ser uma pessoa melhor.

Agradeço (*in memoriam*) aos meus avós paternos Delmira e Anízio que durante suas jornadas foram exemplos de fé e bondade e (*in memoriam*) ao meu tio Marcos que sempre buscou me ajudar e incentivar no alcance dos meus objetivos.

Minha gratidão também aos meus companheiros de curso que tornaram essa jornada mais leve, em especial a Jefferson que é um grande amigo não só da graduação, agradeço por toda ajuda, companheirismo, paciência e amizade e a Rayane que sempre me ajudou com atitudes, palavras de apoio, incentivos e sempre me lembrou que no final tudo daria certo.

Agradeço imensamente a todos os professores que com seus conhecimentos me mostraram o mundo que é a Administração, em especial a minha orientadora Larissa Ataíde com quem eu aprendi muito e que vejo como um ser humano incrível, a professora Kaline Di Pace e a professora Maria Dilma que gentilmente aceitaram participar desse momento tão importante na minha vida, além de terem ensinado muito sobre administração, ensinaram sobre afeto e cuidado com o próximo. Agradeço ainda a todos os que fazem parte da coordenação do curso de administração por serem prestativos e atenderem todos bem.

E por último e mais uma vez, agradeço a Deus por tudo que Ele tem feito e por tudo que Ele ainda fará em minha vida.