

Motivação corporativa: um estudo em empresas do setor turístico na cidade de Carnaubal – Ceará

Corporate motivation: a study in companies in the tourism sector in the city of Carnaubal – Ceará

Motivación empresarial: un estudio en empresas del sector turístico en la ciudad de Carnaubal – Ceará

Recebido: 21/07/2022 | Revisado: 29/07/2022 | Aceito: 02/08/2022 | Publicado: 10/08/2022

Samara Rodrigues do Nascimento

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4582-2206>

Faculdade Ieducare, Brasil

E-mail: samararodriguess768@gmail.com

Alcineide Aguiar Pimenta

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7880-1017>

Universidade do Vale do Itajai, Brasil

E-mail: pimentaalcineide@gmail.com

Felipe Alves Reinaldo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0458-5352>

Faculdade Ieducare, Brasil

E-mail: felipe.alves@fied.edu.br

Táisa Maria Gomes de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7955-3158>

Faculdade Ieducare, Brasil

E-mail: taisa@fied.edu.br

Talita Sousa Aguiar

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6811-2186>

Faculdade Ibiapaba, Brasil

E-mail: talita.souzaaguiar@hotmail.com

Francisca Flávia Freire Bastos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6630-7783>

Faculdade Luciano Feijão, Brasil

E-mail: flavia.groairas@gmail.com

Anderson Terceiro de Albuquerque

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8081-3540>

Faculdade Ieducare, Brasil

E-mail: Anderson.terceiro@fied.edu.br

Resumo

O objetivo do estudo é analisar os fatores motivacionais aplicados ao setor turístico de Carnaubal – Ceará. Procedimentos metodológicos: Estudo qualitativo, realizado por meio de aplicação de entrevistas semiestruturadas para com os empregados e empregadores. Resultados: Percebeu-se que na visão dos empregadores os fatores motivacionais para o funcionário geram impactos perceptíveis para a empresa, assegurando que o funcionário motivado influencia no desenvolvimento da organização. Com base nas respostas dadas pelos empregados, percebeu-se que eles têm um conhecimento e entendimento médio sobre a importância da motivação do funcionário no ambiente de trabalho. Conclusão: Os funcionários de ambas as empresas têm uma visão limitada ao se tratar de motivação organizacional, mas ainda há confusão em correlacionar seu nível de motivação as suas atividades realizadas.

Palavras-chave: Comportamento organizacional; Motivação; Organizações.

Abstract

The objective of the study is to analyze the motivational factors applied to the tourist sector of Carnaubal - Ceará. Methodological procedures: Qualitative study, carried out through the application of semi-structured interviews with employees and employers. Results: It was noticed that, in the view of employers, the motivational factors for the employee generate noticeable impacts for the company, ensuring that the motivated employee influences the development of the organization. Based on the answers given by the employees, it was noticed that they have an average knowledge and understanding of the importance of employee motivation in the work environment. Conclusion: Employees of both companies have a limited view when it comes to organizational motivation, but there is still confusion in correlating their level of motivation with their activities.

Keywords: Organizational behavior; Motivation; Organizations.

Resumen

El objetivo del estudio es analizar los factores motivacionales aplicados al sector turístico de Carnaubal - Ceará. Procedimientos metodológicos: Estudio cualitativo, realizado mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a empleados y empleadores. Resultados: Se percibió que, en la visión de los empleadores, los factores de motivación para el empleado generan impactos notorios para la empresa, asegurando que el empleado motivado influye en el desarrollo de la organización. Con base en las respuestas dadas por los empleados, se notó que tienen un conocimiento y comprensión promedio de la importancia de la motivación de los empleados en el ambiente de trabajo. Conclusión: Los empleados de ambas empresas tienen una visión limitada en cuanto a la motivación organizacional, pero aún existe confusión al correlacionar su nivel de motivación con sus actividades.

Palabras clave: Comportamiento organizacional; Motivación; Organizaciones.

1. Introdução

O mercado vem se tornando cada vez mais competitivo, passando por mudanças a cada dia, com isso, as organizações devem sempre se reinventar, buscando novas estratégias e ferramentas para ganharem vantagens em relação aos concorrentes, oferecendo preços acessíveis, variedade em suas ofertas, produtos e serviços de qualidade, mas, para que tudo isso ocorra, seus colaboradores precisam fazer parte desses processos a fim de atingir os objetivos organizacionais. O setor de turismo, por exemplo, envolve uma gama de agentes locais que atuam para atrair turistas e potencializar os negócios, evidenciando uma alocação dos recursos para alcançar os objetivos propostos pela organização (Porto, et al., 2020; Aguiar et al., 2021). Já Andrade et al. (2020) entendem que o turismo age a partir do entendimento de que o serviço é um atrativo, logo a construção mercadológica e a sua oferta de produtos e serviços deve seguir as diretrizes dos objetivos da organização.

As organizações buscam por resultados e produtividade, e a motivação humana é um dos fatores que implica bastante neste alcance, pois o colaborador desmotivado provoca um impacto negativo na produção e, conseqüentemente, as empresas não terão um desenvolvimento positivo, considerando que na Era Industrial as condições de trabalho eram desumanas, não levando em questão os fatores humanísticos de seus empregados (Rocha, et al., 2020).

Na Era Industrial uma organização era definida como um empreendimento social que utilizava recursos para desempenhar suas tarefas e conquistar seus objetivos, sendo utilizados para fabricar o produto final ou realizar o serviço ofertado pela empresa (Chiavenato, 2020).

Ainda para Chiavenato (2020), normalmente entende-se por recursos o material, equipamentos, pessoal e capital financeiro, mas recursos organizacionais são mais complexos e diversificados, dividindo-se em cinco grupos: recursos materiais, recursos financeiros, recursos mercadológicos, recursos administrativos e recursos humanos.

Sendo recursos materiais os produtos que serão vendidos ou consumidos; recursos financeiros o dinheiro, servindo para os investimentos; recursos mercadológicos são as atividades do mercado; recursos administrativos é relacionado as decisões administrativas e recursos humanos trata-se de todas as pessoas que fazem parte de uma organização (Marques, 2016).

Muitas empresas ainda desprezam as emoções de seus colaboradores o que pode gerar conseqüências negativas. O comportamento humano nas organizações é variável, eles podem se sentir desinteressados, desmotivados e entediados ao realizar suas atividades, afetando em seu desempenho (Brandão, 2017).

Assim, os colaboradores fazem parte do progresso das empresas, são instrumentos para alcançar a finalidade das organizações e nem todos fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões. Na Revolução Industrial a motivação humana mais constante era ameaças de punições causando pavor e amedrontamento nos colaboradores, davam também recompensas, prêmios e favores àqueles que produzissem mais (Bergamini, 2018).

Segundo Bergamini (2018), acreditava-se que quem trabalhasse mais, teria maior segurança. A certeza era que o trabalho não oferecia nada além do esforço para o sustento, depois perceberam que havia necessidade de conforto físico, as tarefas se tornaram menos complexas, substituindo as ameaças de punições por dinheiro, levando a aceitar como o principal estímulo para realizar as atividades, achando que essa deveria ser a melhor forma para adquirir mais produtividade.

Esta pesquisa é relevante devido os colaboradores serem as pessoas que mais participam e levam benefícios e rendimentos para as empresas, sendo assim, as corporações devem motivar seus colaboradores, independentemente do tamanho da organização ou onde ela é localizada, precisam saber e analisar quais necessidades seus funcionários carecem para se manterem motivados e engajados no trabalho. O ambiente organizacional deve ser motivador para ativar a capacidade produtiva do empregado, aumentando assim o nível da empresa.

Diante das grandes exigências do mercado sobre competitividade e garantir resultados positivos, assim, estando relacionadas ao fator motivacional, questiona-se como as empresas do setor turístico de Carnaubal – Ceará trabalham a motivação de seus funcionários?

O objetivo do trabalho é analisar os fatores motivacionais aplicados ao setor turístico de Carnaubal – Ceará.

2. Metodologia

Todo trabalho deve ser baseado em meios metodológicos, que direcionam a um estilo pelo qual se realiza uma operação, titulada como, conhecer, agir e fazer, ainda sobre essa perspectiva Fachin (2017, p. 27) informa que “essas operações são desempenhadas pelo ser humano a fim de desenvolver adequadamente um estudo.”

Segunda a abordagem do problema e a fim de entender e conhecer melhor sobre os fatores que motivam os funcionários, esta pesquisa baseia-se em estudos qualitativos. Sampieri, et al., (2013), afirmam que o objetivo de um estudo qualitativo é compreender e aprofundar os conceitos, sendo explorados a partir da concepção do grupo que participou da pesquisa.

A pesquisa qualitativa tem as seguintes características: o ambiente é a fonte de aquisição dos dados, o pesquisador é considerado o instrumento de coleta dos dados, a pesquisa se utiliza de métodos de forma detalhada a fim de observar a realidade e buscar o sentido das situações e seus impactos para o grupo pesquisado (Lozada & Nunes, 2018).

Segundo os objetivos do trabalho a pesquisa é bibliográfica, aprimorando conhecimentos. No presente estudo foi realizado um levantamento bibliográfico com base em livros e artigos, sobre conceitos e teorias que abordam assuntos sobre motivação. Pesquisa bibliográfica diz respeito a análise de trabalhos já publicados, como livros, artigos, teses, dentre outros (Marconi & Lakatos, 2021).

Para analisar os fatores motivacionais aplicadas em empresas do setor turístico de Carnaubal - Ceará a pesquisa de campo foi realizada com o uso de entrevistas semiestruturadas junto aos empregados e empregadores de empresas no segmento turístico e ocorreram de forma individual, onde foram feitas perguntas acerca de como é trabalhada a motivação nessas organizações.

Uma pesquisa de campo é baseada na pesquisa realizada com um sujeito, fenômeno ou objeto, que esteja relacionado a fonte da informação ou a um local específico para a coleta dos dados (Appolinário, 2016). Para Minayo e Costa (2018) a entrevista consiste em uma conversa a dois ou entre um emissor e vários receptores, sendo iniciada pelo entrevistador para obter informações relevantes sobre a investigação que está se realizando, identificando diretamente qual a relação à realidade vivenciada e sua situação.

E por sua vez uma entrevista semiestruturada consiste em uma coleta de dados, que ocorre entre o entrevistador e o entrevistado, com perguntas preestabelecidas, mas que podem sofrer alterações no decorrer do processo, isso, a depender das informações dadas pelo entrevistado, além de poder ocorrer pessoalmente ou por meio virtual (Appolinário, 2016).

O local estudado foi o setor turístico, pois o turismo vem apresentando um crescimento expressivo, como atividade econômica se potencializou, garantindo geração de renda e desenvolvimento das cidades, vendo a necessidade de adquirirem mão de obra qualificada para aturem dentro destas empresas.

A escolha da entrevista semiestruturada se deu devido a flexibilidade do modelo, se trata de um roteiro prévio, podendo haver espaço para perguntas não planejadas, dando a possibilidade de momentos mais espontâneos. As entrevistas aconteceram

em outubro de 2021, presencialmente, em um primeiro momento os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE, autorizando participação e uso de suas respostas na pesquisa, garantindo a confidencialidade das informações.

Dessa forma foi analisada as respostas dadas pelos entrevistados, onde sucedeu uma interpretação do sentido das respostas e frequência das semelhantes. A análise de conteúdo é para evidenciar quais as relações existentes entre o estudo e outros fatores. Partindo da interpretação, explicação e especificação, detalhando os dados obtidos (Marconi & Lakatos, 2021).

3. Resultados e Discussão

Para responder ao objetivo do trabalho, que é avaliar os métodos motivacionais utilizados pelos empregadores junto a seus empregados, conhecer a visão dos gestores e funcionários sobre o fator motivacional e evidenciar o impacto da motivação nos resultados para a empresa quando seus funcionários estão motivados.

Sendo assim, foi realizada uma entrevista individual junto aos empregadores e empregados, sendo traçadas sete perguntas para os empregadores de duas empresas do setor turístico na cidade de Carnaubal-Ce, denominadas empresa A e empresa B e entrevistados quatro empregados, sendo um da empresa A e três da empresa B, a estes, foram feitas seis perguntas.

3.1 Perfil dos entrevistados

Ao realizar a pesquisa foi feito um levantamento do perfil de cada entrevistado, obtendo como resposta que o gestor da empresa A tem 36 anos, sexo masculino e possui ensino médio completo, já o gestor da empresa B tem 38 anos, sexo feminino e é pós-graduada. Quanto aos funcionários o da empresa A tem 21 anos, os funcionários da empresa B tem 23 anos, 24 anos e 31 anos, todos, salvo o último são do sexo feminino, os quatro funcionários possuem ensino médio completo.

3.2 Os fatores motivacionais na visão do empregador

Em primeiro momento foi abordado sobre a avaliação com o funcionário no que tange a satisfação no ambiente de trabalho, de acordo as respostas dos entrevistados a forma como medem a satisfação no ambiente de trabalho se dar pela percepção do grau de desempenho do empregado ao cumprir as atividades propostas. Foi notório que nesse ponto os empregadores têm uma mesma visão no que diz respeito a satisfação de seus funcionários, algo importante para garantir um bom desempenho.

Foi questionado sobre os métodos e estratégias utilizados pelos gestores para a motivação dos funcionários, os entrevistados costumam deixar o funcionário a vontade, além de oferecer benefícios a eles, destacando a resposta do empregador da empresa B, ele relata:

Faço avaliação deles como seres humanos mesmo, temos o tratamento muito pessoal e próximo, avaliando as questões do entorno deles, das questões culturais, das questões familiares, tudo isso levo em consideração e observo o que está acontecendo na vida deles, tendo essa proximidade (Empregador B, 2021).

O empregador da empresa A pôr sua vez relata:

Quando ver que a pessoa está desempenhando um trabalho bem realizado, sempre dar algum agrado, dar um extra no salário do funcionário, dar folga extra, deixa o funcionário a vontade (Empregador A, 2021).

Percebe-se que é mantido um cuidado e análise pessoal sobre seus funcionários, e ambas as partes mantem uma relação próxima com seus colaboradores, algo importante que ajuda até mesmo a evitar comportamentos negativos. Sabendo disso, é

notório que os empregadores se utilizam de métodos semelhantes ao que os autores citam como efetivos, no sentido de promover a motivação dos seus colaboradores.

Também foi indagado aos empregadores sobre como avaliam a produtividade do colaborador, ambos entrevistados relatam ser pela maneira como seus funcionários estão realizando as atividades propostas, sua dedicação e tratamento com os clientes. Notou-se que os empregadores têm a mesma visão quanto a avaliação da produtividade do colaborador, tendo como ponto principal a análise de como eles realizam as atividades.

Sobre como os empregadores analisam a relação da produtividade dos funcionários com seu nível de motivação, ambas as empresas relatam que costumam analisar de acordo com o seu comprometimento e qualidade de desempenho. O funcionário deverá se esforçar, prestando atenção aos detalhes de cada tarefa realizada. Compreende-se que estas empresas estão atentas aos comportamentos dos funcionários, refletindo o que o autor retrata sobre o fator do comprometimento interligado a motivação.

Acerca de quais eram as maiores dificuldades em manter a equipe motivada, foi relatado pelos empregadores que a questão pessoal de cada um é algo delicado, onde deve ser mantido uma cautela e olhar analítico para cada fator pessoal dos funcionários, o empregador da empresa B destaca que: “o maior desafio é evitar conflitos internos entre os funcionários”.

Já o empregador da empresa A informa: “É difícil saber o que está se passando pela cabeça do funcionário, o porquê ele está insatisfeito com o trabalho, ter essa percepção do porquê as coisas estão acontecendo daquela forma.” Os métodos adotados pelos empregadores são semelhantes ao que os autores apontam como efetivos, no sentido de promover a motivação dos seus colaboradores.

Ao indagar sobre quando os funcionários estão motivados quais eram os impactos gerados para a empresa e quais os impactos gerados quando não estão motivados, os respondentes disseram que o grau de desempenho melhora, sendo realizadas atividades com mais energia, tendo como consequência a satisfação do cliente, e quando não estão motivados, as tarefas são mal realizadas, os clientes saem insatisfeitos, fazendo a empresa ser mal avaliada.

Com base nas respostas, percebe-se que na visão dos empregadores os fatores motivacionais para o funcionário geram impactos perceptíveis para a empresa, assegurando que o funcionário motivado influencia no desenvolvimento da organização e experiência dos clientes com a organização.

3.3 Os fatores motivacionais na visão do empregado

Para dar início foi abordado aos funcionários sobre quais eram os fatores que lhes motivavam no ambiente de trabalho, estes, por sua vez, relatam que é devido ao seu salário e em relação ao ambiente físico do local de trabalho.

Logo depois foi perguntado sobre a forma que os empregadores trabalham a motivação com eles, cada um, prontamente respondeu que se dá pela forma que são tratados pelo empregador, sua relação pessoal com ele, pela compreensão e confiança depositada neles, os deixando seguros e confiantes. O que acontece nestas empresas é a relação pessoal entre empregado e gestor serem bem próximas.

Em seguida foi questionado sobre como gostaria que fosse trabalhada a motivação, dois dos empregados da empresa B respondem que a forma como está acontecendo já o deixa motivado, não havendo outras formas que pudesse melhorar, outro da empresa B diz que gostaria de um momento em que todos pudessem se reunir e dar *feedbacks* uns sobre os outros, já o da empresa A diz que poderia ser ofertado oportunidade de trabalhar em outros setores.

Também foi indagado sobre como o funcionário avalia seu próprio rendimento no trabalho, todos os funcionários afirmam que realizam bem suas atividades buscando melhorar a cada dia.

Dando continuidade foi perguntado aos funcionários sobre a relação da influência da motivação com o resultado de seu desempenho quando este está satisfeito com o trabalho, os respondentes dizem que há influências, sendo visto que quando está

motivado desempenha as atividades com mais dedicação, mas mesmo com motivação baixa desempenham suas tarefas bem, só não empenham tanto esforço nas atividades.

Para finalizar o momento foi questionado aos funcionários acerca de quais as ações dos gestores de reconhecimento das atividades realizadas no trabalho, todos eles respondem que é pelo elogio, parabenização e agradecimento pelas atividades prestadas.

As falas dos participantes corroboravam para o mesmo aspecto, não havendo posicionamento divergente no que diz respeito às indagações, logo com base nas respostas dadas pelos funcionários percebeu-se que eles têm um conhecimento e entendimento médio sobre a importância da motivação do funcionário no ambiente de trabalho, mas reconhecem que a motivação é algo que afeta no desempenho deles e, conseqüentemente, no crescimento da empresa.

A motivação está atrelada ao interesse e responsabilidade de cada pessoa, sabe-se que oferecer um lugar com oportunidades, confiança e ambiente agradável, eleva o nível de motivação e desempenho do funcionário, pontos adotados pelas empresas A e B, sendo perceptível em suas ações. Agregando valores para a empresa e desempenho da organização.

4. Discussão

Na visão de Oliveira (2019), a satisfação no trabalho reflete principalmente pelo comprometimento do funcionário com a organização, sendo que o desempenho do empregado é o indicativo de realização das exigências de seu trabalho. Já de acordo com Almeida e Avanzi (2019), cada pessoa deve usar um processo quanto à sua realidade pessoal, representando a base de análise para uma evolução pessoal e profissional, utilizando indicadores motivadores e próximo aos funcionários.

A produtividade é refletida pela capacidade e qualidade da realização de suas atividades, usando a motivação de forma estratégica (Salvador, 2016). Os autores afirmam que a produtividade gera impactos no desenvolvimento da empresa, similarmente ao argumento dos empregadores. Oliveira (2019) diz que a motivação pode ser consolidada a partir do estímulo e comprometimento que tiver com o trabalho, sempre com congruência entre comportamentos e palavras. Já para Marotto et al. (2016) a motivação é como uma harmonia entre os objetivos pessoais com os objetivos da empresa, com estímulos onde levam as pessoas a terem ações, atrelando à persistência do esforço para obtenção desse objetivo.

De acordo com Motta e Vasconcelos (2021), a percepção pode acontecer parcialmente, intervindo em seus resultados, onde após ouvir os interesses e conflitos dos funcionários tem a responsabilidade final pela solução a ser adotada. Para Chiavenato (2020) na hierarquia das necessidades de Maslow o indivíduo busca suprir as cinco categorias disposta na pirâmide, sendo a primeira fisiológicas e a segunda classificada como de necessidade de segurança, o que foi entendido dos funcionários é que o ambiente se torna um lugar de refúgio e paz atendendo a necessidade fisiológica, já a de segurança se dá pela questão do salário e oportunidade recebida.

O comportamento das pessoas nas organizações reflete bastante pela forma que é tratado pelos seus gestores e por seu próprio comportamento, fazendo as coisas se desenvolverem melhor quando são notados pelos seus empregadores (Banov, 2019).

A motivação é um conjunto de fatores psicológicos que acontecem com cada indivíduo, alguns encontram com mais facilidade a razão pela qual o move à execução das atividades, outros não (Ribeiro, Passos & Pereira, 2018). Para Gil (2016), a modificação e variedade das atividades auxilia no dinamismo e proatividade. Como relata os autores, cada pessoa pode se sentir motivada de diferentes formas e distintas das dos demais, sendo percebido essa afirmação nas respostas dadas pelos funcionários.

Para o rendimento no trabalho deve-se focar suas energias nas atividades a serem realizadas, aprendendo a gerenciar o tempo e desenvolver as funções (Zwicker, et al., 2018).

5. Conclusão

A motivação inicialmente se baseava por salários e benefícios, mas com o passar do tempo essa teoria mudou, passando a considerar que a motivação do funcionário era algo além disso. A necessidade ou a identificação com o trabalho podem ser motivos de permanecer trabalhando em determinada empresa, por exemplo. Contudo, fatores como esses não garantem o maior engajamento do trabalhador em seu trabalho. Assim, a pesquisa teve como objetivo analisar os fatores motivacionais aplicados ao setor turístico de Carnaubal – Ceará.

De acordo com o objetivo geral do trabalho, foi possível identificar que os fatores motivacionais das empresas do setor turístico são bem articulados, os gestores têm conhecimento sobre a aplicabilidade de fatores motivacionais em suas empresas e a consequência que gera a partir da sua empregabilidade. Através da pesquisa de campo percebeu-se que os empregadores sempre buscam identificar o que motiva seu funcionário e o que pode ser melhorado dentro da empresa, fazendo com que eles se sintam parte da organização e busquem desempenhar suas atividades com maior dedicação. Sabendo que o reconhecimento e preocupação com o funcionário pode ajudar no seu desenvolvimento na empresa.

Os funcionários de ambas as empresas têm uma visão limitada ao se tratar de motivação organizacional, eles entendem que a motivação implica positivamente ou negativamente em seu desempenho, mas ainda há confusão em correlacionar seu nível de motivação as suas atividades realizadas e, consecutivamente, a sua produção, se satisfazendo ou aceitando da forma com que lhe é oferecido. Evidenciou-se que embora possua diversas formas de se sentir motivado, os empregados costumam relacionar a motivação fortemente aos incentivos salariais, esta foi a principal forma relatada por eles de estarem motivados no ambiente de trabalho, outro ponto que também chamou atenção é que em ambas as empresas os empregadores mantêm uma relação pessoal forte com seus empregados, visando a questão das necessidades pessoais, deixando-os à vontade na empresa.

A pesquisa trouxe importantes contribuições, permitindo identificar as principais estratégias adotadas pelos empregadores, o estabelecimento e relevância do crescimento pessoal em concordância com objetivos organizacionais. A pesquisa demonstrou um maior nível de conhecimento sobre os aspectos motivacionais, por parte dos empregadores, estes têm um conhecimento mais abrangente sobre o que motiva os funcionários.

Para futuras pesquisas sugere-se um estudo quantitativo para investigar as percepções dos turistas da cidade de Carnaubal, Ceará, como fomento ao desenvolvimento local.

O estudo teve como limitação a utilização de apenas duas empresas, implicando na dimensão das amostras, seus resultados, a abordagem, investigação e evolução dos dados obtidos. Para futuras investigações é proposta uma abrangência maior de empresas, a fim de obter maiores contribuições para a evolução do conhecimento e entendimento da temática abordada, aplicando outras técnicas de estudo.

Agradecimentos

Agradecemos a Faculdade Ieducare, bem como o corpo docente que viabilizou a realização do presente estudo.

Referências

- Aguiar, E. P. S., et al. (2021). Turismo, Cultura e Semiótica: um estudo aplicado à Rota das Falésias (Ceará/Brasil). *Research, Society and Development*, 10(1), 1-10.
- Almeida, E. M., & Avanzi, R. (2019). *Marketing motivacional: para endomarketing, campanhas de incentivo e ações de comunicação*. (2ª. ed.): Saraiva.
- Andrade, C. A., et al. (2020). Turismo no Brasil: uma análise de clusters baseada no índice de competitividade dos destinos indutores. *Research, Society and Development*, 9(3), 1-23.
- Appolinário, F. (2016). *Metodologia científica*: Cengage.
- Banov, M. R. (2019). *Comportamento organizacional: melhorando o desempenho e o comprometimento no trabalho*: Atlas.

- Bergamini, C. W. (2018). *Motivação nas organizações: nem todos fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões*. (7ª. ed.): Atlas.
- Brandão, L. C. (2017). *Comportamento humano nas organizações*. São Paulo: Editora Sol.
- Chiavenato, I. (2020). *Recursos Humanos: o Capital Humano das Organizações*. (11ª. ed.). Atlas.
- Fachin, O. (2017). *Fundamentos de metodologia*. (6ª. ed.): Saraiva.
- Gil, A. C. (2016). *Teoria geral da Administração: dos clássicos à pós-modernidade*: Atlas.
- Lozada, G., & Nunes, K. S. (2018). *Metodologia científica*: Sagah.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2021). *Fundamentos de metodologia*. (9ª. ed.): Atlas.
- Marotto, E. D., et al. (2016). Fatores motivacionais: contribuição para o sucesso das empresas. *Revista Científica Intellecto*, 1(2), 24-37.
- Marques, J. C. (2017). *Recursos humanos*: Cengage.
- Minayo, M. C. S., & Costa, A. P. (2018). Fundamentos Teóricos das Técnicas de Investigação Qualitativa. *Revista Lusófona de Educação*, 40 (40), 139-153.
- Motta, F. P., & Vasconcelos, I. F. F. G. (2021). *Teoria geral da administração*. (4ª. ed.): Cengage Learning.
- Oliveira, D. P. R. (2019). *Administração: evolução do pensamento administrativo, instrumentos e aplicações práticas*. São Paulo: Atlas.
- Porto, B. M., Philippi, D. A., & Vendramin, E. de O. (2020). O planejamento estratégico do turismo em um destino turístico sulmatogrossense: uma análise calcada na ferramenta da matriz SWOT. *Research, Society and Development*, 9(8), 1-28.
- Ribeiro, M. F., Passos, C., & Pereira, P. (2018). Motivação organizacional: fatores precursores da motivação do colaborador. *Gestão e Desenvolvimento*, 26, 105-131.
- Rocha, B. A. B., Lima, F. R. S., & Waldman, R. L. (2020). Mudanças no papel do indivíduo pós-revolução industrial e o mercado de trabalho na sociedade da informação. *Pensamento Jurídico*, 14 (1), 1-21.
- Salvador, S. R. (2016). Motivação Organizacional. *Caderno de Administração*, 10 (1), 1-16.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa*. (5ª. ed.): Penso.
- Zwicker, A. A., Oliveira, L. R., & Lobler, M. L. (2018). Teorias de Herzberg e McGregor: um comparativo entre setores administrativos público e privado. *Sociais & Humanas*, 31 (3), 108-128.