
RELACIONAMENTO INTERPESSOAL DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Ciências Sociais Aplicadas, Edição 121 ABR/23 / 28/04/2023

REGISTRO DOI: 10.5281/zenodo.7876654

Alailson da Silva Medeiros

RESUMO – As empresas atuais procuram desenvolver um diferencial de qualidade com o objetivo de colocar seus produtos e/ ou serviços no ponto mais alto da hierarquia dos desejos do consumidor, porém, antes de tudo elas precisam priorizar a satisfação dos clientes internos (funcionários) para bem atender o cliente externo, satisfazendo suas necessidades e motivando-os para bem produzir com satisfação e qualidade, e para isso se faz necessário investir fortemente no relacionamento interpessoal entre organização e funcionário, ampliando os laços de interação entre ambos, com isso contribuindo para o processo de desenvolvimento e otimização do fator pessoal que é o principal “produto” da organização, investindo cada vez mais nestes, através dos recursos apropriados que virão beneficiar ambas as partes. Diante do exposto, o presente trabalho tem como objetivo apresentar as principais dificuldades no relacionamento entre as pessoas dentro e fora das organizações, para que se possa obter uma melhor qualidade dos relacionamentos e dos serviços prestados pelas empresas. Através deste estudo foi possível constatar que o relacionamento interpessoal é um instituto que deve ser priorizado dentro das organizações, pois influencia diretamente nos resultados e, conseqüentemente, no sucesso da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Inter-relação. Comportamento. Equipe. Interação.

1 INTRODUÇÃO

Desde que nascemos vivenciamos o mundo através das relações sociais que estabelecemos. À medida que crescemos, os ambientes sociais em que interagimos mudam e ao chegar à vida adulta começamos a nos relacionar mais com as pessoas em um ambiente, o local de trabalho.

Nos dias atuais, cada vez mais se tem dado importância às relações interpessoais na empresa, que representa o clima organizacional. Tem-se dado ênfase a este assunto, pois se verificou que o clima organizacional pode influir efetivamente na motivação dos funcionários e isto no faturamento da empresa. Afinal, toda empresa vive de metas e objetivos e que refletem sua verdadeira razão de existir, o lucro.

Vivemos um momento em que a evolução tecnológica aumentou em muito os lucros das empresas e em muito facilitou o trabalho dos empregados, porém esta evolução pouco contribuiu para o relacionamento das pessoas dentro do ambiente de trabalho. Neste sentido, torna-se necessário a compreensão de como a motivação dos empregados e a qualidade de seus relacionamentos interpessoais influem na vida das empresas, e por isso justifica-se a realização deste estudo.

Este artigo científico objetivou, além de verificar a influência da motivação no ambiente de trabalho, descrever sua importância para a empresa com foco nas relações interpessoais.

O presente trabalho é composto por uma pesquisa bibliográfica com objetivo exploratório. Foram utilizadas obras específicas e que abordam as teorias e técnicas sobre a metodologia da pesquisa científica conceituada. Segundo Vergara (2004), a “metodologia compreende as concepções teóricas de abordagem e o conjunto de técnicas que possibilitam o entendimento, aliados ao potencial do pesquisador”.

De acordo com Severino (2007, p.122) “A pesquisa bibliográfica é aquela que se realizam a partir de registros disponíveis, decorrentes de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.”

Nesse sentido, foi realizada pesquisa em livros de teoria geral da administração, gestão de pessoas, gestão de qualidade e da área de recursos humanos, além de artigos científicos e revistas. Este método foi adotado pelo interesse em organizar as ideias de diferentes autores e contextualizá-las de forma a delinear a importância dos fatores de relacionamento dentro das organizações.

Os resultados encontrados dizem respeito, sobretudo, aos métodos e atitudes a serem adotadas pela equipe da organização, que deve interagir de forma harmônica rumo a um foco comum, sempre objetivando a consecução da visão, missão e valores da empresa.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 INTERAÇÃO HUMANA: O ALICERCE DAS ORGANIZAÇÕES

Ao longo do seu desenvolvimento, o homem passa por inúmeras modificações psicossomáticas, sofrendo estas características fortes influências do ambiente a qual os sujeitos estão inseridos. A relação homem-ambiente é uma relação de mudança recíproca, ou seja, o homem age sobre o meio e o meio interfere no seu desenvolvimento, (KREBS, 2020).

Ao tentarmos explicar algo sobre este ser tão complexo, não podemos analisá-lo de forma unidirecional, devemos procurar fazer correlações com os aspectos que englobam o meio social. Este aspecto nos parece simples, mas a análise dos contextos do ambiente e a relações estabelecidas neste são complexas. É muito importante, ao mesmo tempo em que é difícil a compreensão do ser humano, os diferentes contextos de inserção e as inter-relações que este estabelece com o meio, (KREBS, 2020).

Naturalmente, o homem é um ser social, pois vive em grupos e assim constroem as organizações. Nossa sociedade é constituída de organizações, ou sistemas

ecológicos, e cada uma delas carrega a mistura da singularidade de cada pessoa e vice-versa, ou seja, ao mesmo tempo em que influi para determinadas características de determinada organização está de alguma forma também influi em seu comportamento cotidiano. Podemos citar como exemplos: a escola, igreja, a empresa (local de trabalho), a família, (CHIAVENATO, 2020).

As organizações caracterizam-se por um comportamento voltado para determinado objetivo ou meta. Desta forma, a ação conjunta das pessoas envolvidas na organização tange-se para atingir estes objetivos de modo mais eficaz e eficiente. Desde o início da sua existência, o homem se organizou, porém, estes esforços não receberam nomes formais, assim a história das organizações é tão antiga quanto a história do próprio homem. Como hoje, as pessoas foram se reunindo para alcançar determinadas metas/objetivos: Primeiramente em tribos; pós em famílias, até chegar às unidades políticas mais sofisticadas, (GIBSON et al., 2011).

As pessoas trazem para dentro das organizações o que elas de fato são. Com o passar do tempo algumas características que definem a singularidade de cada um, como personalidade, expectativas e necessidades individuais são exteriorizadas e também são afetadas por diferentes problemas. A intensidade como se dão estas relações afetam diretamente as organizações, a sociedade como um todo e a própria pessoa, num sistema de retroalimentação, (GIBSON et al., 2011).

Não vivemos isolados, porém em contínua interação com nossos semelhantes. Ao interagir os seres humanos envolvem-se mutuamente e devido as suas limitações individuais vêem-se na obrigação de cooperar a fim de alcançarem objetivos, formando assim organizações. A organização é uma sistematização de atividades conscientes e coordenadas de duas ou mais pessoas, sendo a cooperação entre estas pessoas a base para a existência da organização. Neste sentido, uma organização sem pessoas não faz sentido e parece inconcebível que exista, pois as organizações são feitas por pessoas, o trabalho é feito por elas e o produto do trabalho é destinado à outras pessoas, (LUCENA, apud CHIAVENATO, 2020, p. 142).

Ao falarmos do contexto empresarial, a compreensão e a estimulação da integração entre indivíduos da organização, no ambiente de trabalho, são importantes. Pois, se houver um clima organizacional positivo, a favorecida será a cooperação, fazendo com que os indivíduos atinjam determinados objetivos juntos e destes objetivos a empresa poderá usufruir. Queremos dizer que, dependendo da forma como a empresa favorece a integração entre os funcionários, poderá também influenciar na motivação e na cooperação entre os funcionários e conseqüentemente com os objetivos da empresa, gerando lucros, (CHIAVENATO, 2020).

2.2 MOTIVAÇÃO E LIDERANÇA

Atualmente, empresas inovadoras, que estão contextualizadas com pesquisas científicas de resultados, mostraram grande interesse em assuntos ligados aos temas liderança e motivação. O estudo e compreensão destes temas auxiliam para constituição de ações para conduzir pessoas em busca de benefícios para o próprio indivíduo e para o grupo no qual esse membro está inserido. Pois, pessoas desmotivadas e sem qualidade de vida no trabalho podem se tornar um problema para a organização. Por outro lado, atualmente as empresas necessitam de líderes capazes de trabalhar e facilitar a resolução de problemas em grupo, motivando os colaboradores e contribuindo para uma melhor produtividade (SILVA, 2011).

A motivação é uma força interior que se modifica a cada momento durante toda a vida, é direcionada e intensificada pelos objetivos de um indivíduo. Para o entendimento do que se é “estar motivado” e para que entendamos o que é motivação, devemos partir do conhecimento e compreensão de satisfação e insatisfação. Aquilo que satisfaz motiva e o que gera insatisfação reduz a motivação, pois a necessidade é que gera impulso nos seres vivos é diretamente ligado ao motivo, (TELES, 2018).

Estimular pessoas não é nada fácil. Geralmente, cabe ao líder a função de motivar sua equipe, a fim aumentar a produtividade da empresa e por consequência o lucro. Mas, para isto, o líder deve estar preparado para estimular

sua equipe para trabalho e para influenciar seu comportamento de modo a se tornar mais efetivo em relação aos objetivos da empresa. Por outro lado, existem estudos que indicam que, mais do que tudo, a motivação independe de estímulo externo e que ela é pessoal (SILVA, 2011).

Atualmente existem vários estudos que tratam sobre o tema motivação. Este assunto ganhou interesse no meio empresarial, muito provavelmente, pois constatou-se que pessoas motivadas produzem mais e assim geram mais lucros às empresas.

As pessoas podem realizar feitos extraordinários, porém, é preciso conduzi-las e estimulá-las sabiamente por meio de uma liderança que influencia seu comportamento em direção aos objetivos que a organização pretende alcançar.

Chiavenato (2020) define três tipos de liderança: autocrática, liberal e democrática. A autocrática é coerciva e se impõem aos subordinados; a liberal, por sua vez, não tem força e é de extrema liberdade; na liderança democrática a situação atual é exposta, assim como objetivos pretendidos, o líder delinea as alternativas e encontra a melhor solução juntamente com sua equipe. Desta forma os colaboradores participam ativamente nas decisões a respeito de seu trabalho, mas com a supervisão da liderança.

Segundo Oliveira (2020), o estudo de liderança sofreu influência da psicologia nos aspectos comportamentais com ênfase na escola behaviorista. O enfoque passou dos traços de personalidade para o comportamento do líder, desta forma, originou três estilos básicos que são: estilo autocrático caracteriza-se pelo controle do grupo; estilo democrático, com ênfase na participação do grupo e decisão da maioria; e o estilo laissez-faire, que cabe a cada liderado a responsabilidade por sua atividade e decisões.

Os líderes devem ter consciência de que os negócios são, em sua essência, um importante empreendimento humano, onde as pessoas se encontram, conversam e trabalham. Em meio à inovação tecnológica, onde produtos e mercados emergem e desaparecem, muitos líderes mecanizam a função de seus

colaboradores em vez de tentar descobrir os obstáculos que atrapalham seus desempenhos (STEPHENS, 2013).

2.3 TREINAMENTO E FOCO NO CLIENTE

Conforme Boog (2009), a capacitação profissional sempre foi uma grande preocupação para os gestores é uma questão relevante para as ciências comportamentais. A administração e a psicologia juntas construíram história na formação profissional, que muda significativamente e redireciona a gestão de empresa.

Boog (2009) explica que o treinamento é fundamental na gestão organizacional e coloca a competência profissional como um fator determinante para a eficácia da empresa. O treinamento sistematizado garante a atualização dos trabalhadores, diminui os erros e amplia a capacidade para realizar outras tarefas.

Segundo Carvalho e Nascimento (2010, p. 155), “o treinamento devidamente implantado proporciona inúmeras vantagens”, dentre elas possibilita o estudo das necessidades de treinamento da empresa, define as prioridades de formação, que tem em vista objetivos setoriais da empresa, caracteriza os vários tipos e formas de desenvolvimento de pessoal a serem aplicados, para considerar sua viabilidade, vantagens, custos, elabora planos de capacitação profissional a curto, médio e longo prazos e integra-se às metas da empresa.

O cliente é a razão de ser de qualquer empreendimento empresarial. Um cliente satisfeito gera lucro o que se traduz em um enorme crescimento. A lealdade do cliente resulta na sua satisfação, por isso, deve-se investir em relacionamentos de longo prazo e procurar identificar constantemente oportunidades de aprimoramento dessa parceria.

Segundo Chiavenato (2020), um cliente pode ser uma organização, uma empresa, um usuário dos produtos/serviços ou consumidor final. É a pessoa que compra os produtos/serviços oferecidos pela empresa na ponta final da cadeia de transações. Para isso deve ser como o principal patrimônio da empresa.

Boog (2009) recomenda que todos da empresa devem estar preparados para atender a importância do cliente, e que a empresa precisa sobreviver aos concorrentes através de lucros e plena satisfação dos clientes internos e externos.

De acordo com Stephens (2013), o bom cliente, dentro das condições ideais, é aquele que anseia pelo melhor produto, é inteligente, realista, racional, íntegro, de boa reputação, e vai escolher de forma racional o melhor produto, com melhor preço e qualidade, mas também, tende a avaliar o produto, a empresa e tudo o que diz respeito à integridade do vendedor e da empresa.

Grubbs-West (2017, p. 69) diz que quando os clientes por algum motivo ficam descontentes, a utilização de “truques bem-humorados” têm êxitos nesses momentos. As pessoas gostam de diversão, desta forma, os clientes se mostraram receptivos e “os momentos estressantes podem se transformar em alegres aventuras”.

A satisfação do cliente orienta a aceitação e a participação da empresa no mercado. Faz da satisfação total do cliente a meta da empresa e cumprimento dos prazos, certamente haverá melhora na produtividade.

Os relacionamentos interpessoais tiveram como um de seus primeiros pesquisadores o psicólogo Kurt Lewin. Mailhiot (1976), ao se referir a uma das pesquisas realizadas por esse psicólogo, afirma: “A produtividade de um grupo e sua eficiência estão estreitamente relacionadas não somente com a competência de seus membros, mas, sobretudo com a solidariedade de suas relações interpessoais”.

Para outro psicólogo Schutz, o relacionamento interpessoal, trata de uma teoria das necessidades interpessoais: Necessidades de ser aceito pelo grupo, pela existência e manutenção desse grupo, necessidade de ser valorizado pelo grupo. Tais necessidades formam a tríade de que fala Mailhiot (1976), quando este faz referência aos estudos de Schutz: Necessidades de inclusão, controle e afeição, respectivamente.

Neste sentido, visando contribuir para o desenvolvimento da sociedade, o relacionamento interpessoal é uma estratégia de longo prazo para melhorar a qualidade de vida, os serviços e as relações das pessoas. Um ser humano equilibrado em suas relações pode desenvolver o senso de propriedade, orgulhando-se do seu trabalho e buscando incessantemente, formas de fazê-lo cada vez melhor.

O Relacionamento interpessoal é compreensível quando se pensa em gestão participativa, onde cada colaborador é parte e dono do negócio institucional, ele usa a capacidade de tomar decisões e implementá-las para que tudo funcione.

Segundo Herzberg apud Perez-Ramos (2020), em pesquisas realizadas com trabalhadores de diversas empresas, que eram estimulados a explicitar quais seriam os fatores que os desagradava e os que os agradavam na empresa, os fatores que agradavam ao funcionário foram chamados de Fatores Motivadores e aqueles que desagradaram levaram o nome de Fatores de Higiene. Por isso, a teoria é mais conhecida como “a Teoria dos dois fatores de Herzberg: Motivação Higiene”.

Fatores motivadores (que levam a satisfação): a satisfação no cargo é função do conteúdo ou atividades desafiadoras e estimulantes do cargo; Fatores higiênicos (que levam a insatisfação): a insatisfação no cargo é função do ambiente, do salário, da supervisão, dos colegas e do contexto geral do cargo, enriquecimento do cargo (ampliar as responsabilidades).

De acordo com esta teoria, fatores higiênicos são aqueles necessários para evitar a insatisfação no ambiente de trabalho, mas não são suficientes para provocar satisfação. Para o autor, motivar um funcionário, não significa que os fatores de insatisfação estejam ausentes, mas que fatores de satisfação estejam bem presentes.

Em suas pesquisas Herzberg comprovou que simplesmente o salário não gera motivações, já para Teles (2018) este para algumas pessoas é o único motivador.

2.4 AS HABILIDADES E COMPETÊNCIAS DO ADMINISTRADOR

Administrar é uma obra específica, dessa maneira existem habilidades específicas que ajudam o administrador a compreender o que é preciso utilizar e quando utilizar: Comunicar-se com ou sem a organização; tomar decisões eficazes; aplicar adequadamente os controles e as mensurações; ser capaz de trabalhar orçamento e planejamento; ser capaz de empregar instrumentos analíticos as ciências da administração.

O administrador tem a função de assessorar, administrar e se responsabilizar pela a supervisão dos funcionários de um determinado setor. Segundo Drucker (2012, p. 11) “o trabalho do administrador é composto por cinco operações básicas, que são elas: o administrador fixa objetivos; organiza; motiva e comunica; avalia; e forma pessoas inclusive a si mesmo.” Cada uma dessas categorias exige do administrador qualidade e habilidades.

- Fixar objetivos: essa habilidade exige do administrador um equilíbrio entres as necessidades imediatas e futuras da organização, devendo essas necessidades ser claras, pois essas necessidades devem obedecer a um princípio que é o de acreditar nas realizações das metas da empresa e que o mesmo tenha a capacidade analítica e o poder de síntese. Outro fator relevante que pode ser analisado é o equilíbrio entre as necessidades desejáveis e os meios disponíveis pela organização.

- Organizar: para organizar o administrador necessita medir a capacidade analítica e a integridade do ser humano. Porque o administrador organizará as pessoas que compõem a organização, e o mesmo deverá compreender e ter percepção que cada funcionário é diferente um do outro. A integridade e a capacidade analítica são habilidades importantes na formação das pessoas, com isso é preciso um envolvimento mútuo por parte de todos que representam a empresa.

- Motivar e comunicar: são habilidades basicamente sociais, que exige a participação de todos da empresa, a capacidade analítica é a mais importante, pois essa motiva e exige a integração das pessoas através da comunicação, é

preciso inserir a integração com princípios de justiça e integridade, sendo um dos fatores que deve ser valorizado pela empresa.

- Avaliar: é a capacidade que o gestor tem de mensurar, medir e analisar as possibilidades e autocontrole e não se preocupar com o controle de terceiros, essa avaliação deve ocorrer dentro da organização, dessa maneira o administrador mensurar a organização como um todo e as pessoas que fazem parte dela, a capacidade analítica é a que deve prevalecer, pois exige que a mediação seja utilizada para o crescimento da empresa.

- Formar pessoas: é o instrumento mais utilizado para promover o equilíbrio interno entre os funcionários, pois são categorias que o tempo e a experiência do administrador podem tornar-se expressivas e concretas suas decisões com relação ao todo da empresa, essa aptidão e desempenho para o trabalho aprimora a vida em si do administrador como também o seu desempenho profissional.

Um bom administrador é aquele que tem a capacidade de fixar objetivos, melhorando e aprimorando suas técnicas de desempenho em todas as categorias do seu trabalho.

Reconhecer a gestão por competência é reconhecer a complexidade do trabalho que exige uma escolha, julgamentos, tomar decisão diante de situações imprevistas. Por mais simples que seja um problema ou situação, somos obrigados a nos posicionarmos e termos a capacidade de analisarmos as situações e compreendermos, decidindo qual melhor estratégia a ser tomada, medindo os custos e os benefícios, procurando os recursos necessários para realização desta situação. Assumir riscos, agir proativamente, preventivamente e rapidamente em situações emergenciais, mesmo sem dispor de todas as informações necessárias. Gerência por competência também significa valorizar as atitudes do sujeito que pensa e que enfrenta as situações complexas e adversas, utilizando ao máximo sua inteligência e seu talento.

Conforme Toledo (2020) o ambiente de gestão por competência, cabe ao gestor o papel de comunicador empresarial. É preciso abrir espaço para o diálogo,

mantendo-o com os diversos níveis organizacionais a fim de identificar competências corporativas, provocando o entendimento do modelo por seus colaboradores e compartilhar informações relevantes. É também seu dever conduzir e orientar as práticas de seu desempenho pelos funcionários.

Os métodos quantitativos são os mais abordados na competência de um gestor, pois as organizações trabalham em cima de um número. É fácil tomar decisões em cima de número, às vezes esquecendo o fator humano. Ter ou montar uma equipe de vencedores é um desafio que depende de muitos fatores, os administradores e a cultura da empresa tem um fator relevante é muito importante para que essas competências sejam aplicadas, devendo o mesmo exigir alguns etéreos que são contratações de pessoas qualificadas, motivada e determinada a desenvolver o trabalho que a empresa exige.

É competência de um gestor ser capaz de administrar o capital humano, visto que existe uma vasta opção de trabalho com pessoas. Sabemos que vivemos numa sociedade que valoriza muito o lixo, sem pensar muitas vezes na qualidade de vida, pois nos dedicamos 8 horas por dia, atendendo à coletiva da organização, seja por serviço ou produto. Portanto as empresas devem proporcionar um ambiente de trabalho com qualidade, motivação, envolvimento e concorrência social.

Esse é o grande desafio de equilibrar. Os fatores econômicos, humanos, qualidade de vida e sustentabilidade, são termos que o gestor deve implantar na organização, para que os funcionários trabalhem na empresa com dedicação. As organizações precisam desenvolver competências, metodológicas, cada vez mais frequente para se manterem competitivas. Treinamentos pontuais podem fazer grande sentido, sendo uma parceria entre indivíduos e organizações, visando objetivos comuns de evolução profissional e competitiva é o que faz a grande diferença.

3 CONCLUSÃO

Nos dias atuais, as empresas evoluíram sua maneira de pensar em relação aos relacionamentos interpessoais no ambiente de trabalho e com aspectos

motivacionais deste ambiente. Percebemos que estas mudanças não foram atoa, que somente ocorreram em virtude da conquista dos objetivos de qualquer empresa: a produtividade e por consequência aumento dos lucros. Esta maneira de pensar e agir, transformou completamente o universo das organizações. Obrigou os responsáveis por diferentes setores da administração das empresas a se adaptarem, estudarem temas que envolvam relações sociais e humanas e a motivação, pois o mercado de trabalho não admite mais a forma como antigamente era tratado as pessoas no ambiente de trabalho.

Percebemos ainda que hoje, devido a oferta de vagas no mercado de trabalho, o trabalhador que possui qualidades que favorecem os temas abordados neste trabalho são um diferencial e tornam-se menos suscetíveis ao desemprego. Outro ponto que merece destaque é que atualmente existem maiores oportunidades de emprego que antigamente, o que forçou as empresas pensarem e investirem mais no lado humano da cadeia de produção, mudando a concepção que se tinha a respeito do ambiente de trabalho.

Somos seres sociais e consideramos impossível falar sobre motivação sem abordarmos sobre a qualidade dos relacionamentos sociais interpessoais que estabelecemos. Neste sentido, as considerações sobre relacionamento interpessoal ora apresentadas neste trabalho nos favorecem para compreensão e estímulo dentro das organizações de ações que norteiam para o desenvolvimento fatores motivacionais. Desta forma, consideramos que ao se implementar ações de estímulo de relações interpessoais e motivação na empresa haverá grandes benefícios tanto para os empregadores quanto para os empregados.

Concluimos com a elaboração do trabalho, que dentro do ambiente de trabalho a motivação e a qualidade dos relacionamentos pessoais estabelecidos por todos neste ambiente podem influenciar (tanto positivamente como negativamente) na produção das empresas.

Com base nisto, verificou-se que atualmente as empresas estão mudando suas concepções em relação ao tratamento dado tradicionalmente aos funcionários.

Hoje em dia, percebe-se uma busca por ações que despertem maior motivação e favoreçam o fortalecimento de relações sociais saudáveis no ambiente de trabalho.

Constatamos que é praticamente impossível tratarmos de motivação sem correlacionar este assunto com o relacionamento interpessoal, sobretudo quando falamos do ambiente de trabalho. Afinal, conforme visto o ser humano é um ser social que traduz tudo que ele vive socialmente e sendo a empresa mais um dos ambientes onde interagimos, também traduzimos neste local tudo que vivenciamos cotidianamente.

4 REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. São Paulo. Atlas, 2020.

DRUCKER, Peter Ferdinand, 1909 – Introdução à administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2012.

GIBSON, J. L.; ARAÚJO, C. R.V. de; IVANCEVICH, J. M.; DONNELLY, J.H. Organizações: comportamento, estrutura, processos. São Paulo: Atlas, 2011.

GOLDZIMER, Linda Silverman. 1º Eu – um recado do seu cliente. Tradução de Vera Lotte B. Fernandes e Elisiane Reis B. Rebelo. São Paulo, Maltese. 2001.

KANAANE, Roberto. Comportamento humano nas organizações. São Paulo – SP, Atlas, 1995.

KREBS, R.J. Urie Bronfenbrenner e a ecologia do desenvolvimento humano. Santa Maria: Casa Editorial, 2020.

OLIVEIRA, Sidnei. Chefe e funcionário: a batalha final. São Paulo – SP, Ed. Érica Ltda., 2020.

PEREZ-RAMOS, J. Motivação no trabalho: abordagens teóricas. Psicol. USP. vol.1, n.2, p. 127-140, 2020.

SEVERINO, A.J. Metodologia do trabalho científico. 23.ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, C. M. C.; PEIXOTO, R. R.; BATISTA, J. M.R. A influência da liderança na motivação de equipe. Revista Eletrônica Novo Enfoque, [s.i], v. 13, n. 13, 2011.

TELES, A. X. Psicologia organizacional: a psicologia na empresa e na vida em sociedade. São Paulo: África, 2018.

TOLEDO, Flávio. Recursos humanos e globalização. São Paulo: FTA, 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

[← Post anterior](#)

RevistaFT

A RevistaFT (Fisio&terapia) é uma Revista Científica Eletrônica Multidisciplinar Indexada de Alto Impacto e Qualis “B2” em 2023. Periodicidade mensal e de acesso livre. Leia gratuitamente todos os artigos e publique o seu também [clikando aqui](#).



Contato

Queremos te ouvir.

WhatsApp: 11 98597-3405

e-Mail: contato@revistaft.com.br

ISSN: 1678-0817

CNPJ: 48.728.404/0001-22

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação do Ministério da Educação (MEC), desempenha papel fundamental na expansão e consolidação da pós-graduação stricto sensu (mestrado e doutorado) em todos os estados da Federação.

Conselho Editorial

Editores Fundadores:

Dr. Oston de Lacerda Mendes.

Dr. João Marcelo Gigliotti.

Editora Científica:

Dra. Hevellyn Andrade Monteiro

Orientadoras:

Dra. Hevellyn Andrade Monteiro

Dra. Chimene Kuhn Nobre

Dra. Edna Cristina

Dra. Tais Santos Rosa

Revisores:

Lista atualizada periodicamente em revistaft.com.br/expediente Venha fazer parte de nosso time de revisores também!

Copyright © Editora Oston Ltda. 1996 - 2023

Rua José Linhares, 134 - Leblon | Rio de Janeiro-RJ | Brasil