



UMA REVISÃO PRELIMINAR SOBRE FATORES MOTIVACIONAIS EM EMPRESAS DE MULTI-PROPRIEDADE NO BRASIL

Marco André Amaral Bastos¹, Gilson Fernandes Braga Junior²

¹Universidade Federal do Oeste do Pará, Santarém, Brasil, marcobastos_06@hotmail.com

²Universidade Federal do Oeste do Pará, Santarém, Brasil

Resumo: A motivação no trabalho é vital para a produtividade em mercados competitivos. Esta revisão bibliográfica investiga fatores motivacionais e de desmotivação nos setores de multipropriedade, imobiliário, varejo e construção civil. Conclui-se que o engajamento depende de fatores intrínsecos e da liderança, demandando das empresas benefícios além do salário, suporte emocional e harmonia interpessoal para mitigar a rotatividade e elevar os resultados.

Palavras-chave: Motivação Pessoal. Desenvolvimento e Produtividade. Multipropriedade.

INTRODUÇÃO

A motivação é um processo psicológico que leva uma pessoa a entrar em ação, mantendo a perseverança e foco, afim de atingir algum objetivo, determinando a forma de comportamento e reação às situações em que está submetida. Este processo é intrínseco em cada pessoa, surgindo internamente, seja quando o indivíduo é capaz de se auto motivar, ou quando circunstâncias em volta de si proporcionam ou instigam a motivação. Atualmente, a motivação no ambiente de trabalho é um fator muito importante a ser considerado nas organizações empresariais, visto que o funcionário motivado é capaz de gerar mais resultados (maior produtividade), o que se torna crucial em um mercado altamente competitivo. A adesão às metas e missões organizacionais possuem a motivação como alicerce deste comprometimento. Acredita-se também que funcionário motivado tende a ser mais inovador, e seu humor e entusiasmo geram inspiração, impactando positivamente o ambiente e inspirando outras pessoas. Por sua vez, um funcionário desmotivado tem o potencial de causar desequilíbrios e afetar a motivação de outros funcionários da empresa negativamente, impactando diretamente na produtividade não apenas de si como de outros colaboradores. Assim, estudos que buscam identificar os fatores que tornam o ambiente mais motivador, e os motivos pessoais em um ambiente de trabalho heterogêneo se fazem importantes na atualidade (LEITE et al., 2016).

Estudos relacionados à motivação têm como objetivo compreender os gatilhos que impulsionam diferentes indivíduos, nas diferentes esferas comportamentais. Sendo o ser humano o principal insumo de uma empresa, e com a qualidade dos produtos e serviços ofertados no mercado diretamente conectados à motivação dos funcionários envolvidos, as empresas que buscam entender e aplicar uma cultura que leve em conta a motivação das equipes que compõem os

diferentes setores da empresa possuem mais chance de sucesso. Por conta destas relações, as primeiras tentativas de entender e explicar os fatores interligados à motivação são encontrados na teoria clássica da administração, envolvendo a motivação econômica, remuneração pessoal e divisão do trabalho por especialidades. A partir disto, surgiram as teorias clássicas, como a hierarquia das necessidades de Maslow, que estabelece uma pirâmide em que cada nível compõe uma necessidade humana, como fisiológicas, segurança, sociais, autoestima e autorrealização. Outro exemplo de teoria clássica é a ERG (existência, relacionamento e crescimento), surgida a partir de modificações na teoria de Maslow agrupando necessidades fisiológicas e de segurança, por exemplo. Além disto, surgiram as teorias contemporâneas, como por exemplo as teorias da avaliação cognitiva, da autoeficácia e do reforço, teorias que possuem validação empírica, mas que podem representar a realidade dos funcionários nas empresas (BARRETO; PEGORETTI, 2018).

Com o objetivo de assegurar o desempenho dos funcionários (e por conseguinte a manutenção da motivação), as empresas normalmente adotam certas recompensas, como aquelas ligadas aos objetivos da própria empresa, recompensa por tempo de serviço, por desempenho e por resultados alcançados pelas equipes. Este sistema de recompensas gera um reforço positivo, o qual se fundamenta nos princípios de procura do desempenho pela forma de obtenção de maiores recompensas, assim como as recompensas reforçam a melhoria do desempenho. Além disto, a remuneração é uma das principais fontes de motivação, mas como ela é vista de forma diferente pela empresa e pelo empregado, o dinheiro (sob forma de remuneração) motiva o indivíduo, mas pode resultar em pouca força motivacional, se aplicada de maneira incorreta. A liderança precisa determinar o plano básico de remuneração, além de diagnosticar a



real necessidade das pessoas e suas expectativas. Nos dias atuais, as organizações oferecem algo a mais ao colaborador, pois apenas o salário não satisfaz plenamente o funcionário, sendo esses benefícios na forma de assistência médica, seguro de vida, alimentação e transporte. Devido muitas vezes as pessoas passarem mais tempo no trabalho do que em suas casas, as condições de serviço e higiene do trabalho são fundamentais para que o funcionário trabalhe motivado (MACHADO; BIANCHI, 2008). Desta forma, o objetivo deste trabalho é identificar fatores de motivação e desmotivação em diferentes cenários a partir de uma revisão bibliográfica.

MATERIAL E MÉTODOS

Para a consecução do objetivo proposto, este trabalho caracterizou-se como uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de uma revisão bibliográfica sistemática e integrativa. O procedimento metodológico pautou-se na identificação, seleção e análise de produções acadêmicas recentes que abordam a motivação e a desmotivação no ambiente corporativo brasileiro, com foco delimitado nos dinâmicos setores de multipropriedade, mercado imobiliário, construção civil e comércio varejista.

A coleta de dados concentrou-se em artigos científicos, dissertações e estudos de caso publicados na última década, utilizando bases de dados consolidadas. Os critérios de inclusão definidos priorizaram estudos empíricos que aplicaram ferramentas de diagnóstico organizacional — como pesquisas de clima e questionários estruturados baseados em escalas quantitativas, estatística descritiva ou modelos teóricos consolidados (como a Teoria dos Dois Fatores de Herzberg). Os materiais selecionados foram submetidos à análise de conteúdo, permitindo cruzar as teorias clássicas da motivação com os dados práticos encontrados nos diferentes cenários investigados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação à competitividade no mercado, pode-se citar como exemplo o caso do setor de multipropriedade, que está relacionado ao modelo de economia compartilhada, modalidade de negócios que permite o acesso a bens e serviços sem a necessidade de compra. A multipropriedade consiste no fracionamento da venda de apartamentos entre um variado número de proprietários diferentes, com cada um desses proprietários podendo usufruir do bem em um período diferente do ano. Este modelo de negócio se fortaleceu após a Lei 13.777/2018 ser aprovada, a qual inclui uma série de agentes como construtoras, fundos de investimento e incorporadoras. Na primeira metade da década de 2010 não haviam negócios desse tipo no Brasil, e 10 anos depois haviam cerca de 120 empreendimentos no país. Mesmo durante a pandemia de COVID-19, o valor geral de vendas potencial

cresceu 28,3 bilhões de reais entre os anos 2020 e 2021. Este crescimento é uma tendência global que vem de décadas anteriores, a partir da entrada de redes hoteleiras no mercado (SOUSA, 2022).

Diferentes autores têm realizado trabalhos referentes à motivação no ambiente de trabalho no Brasil. Em Cruz (2025), foi pesquisado o impacto na motivação do clima organizacional em uma empresa de turismo e multipropriedade em Goiás. Com a aplicação de questionários com perguntas a respeito da avaliação da liderança, nível de satisfação com a empresa e características individuais e dos líderes, identificou que a maioria dos colaboradores consideram a auto realização no trabalho como fator motivador principal, e 87,9% dos funcionários consideram muito importante que ocorram palestras sobre motivação e manejo das emoções como ferramentas motivadoras. Em Boba e Rezende (2023), buscou-se identificar os principais motivos da rotatividade de funcionários em empresas de multipropriedade a partir da aplicação de questionários enviados a 53 consultores de uma empresa do setor na cidade de Caldas Novas, Goiás. Apesar de 31% dos consultores terem respondido que a mudança de cidade é um dos fatores que mais influenciam no desligamento do colaborador, somando benefícios insuficientes, ambiente organizacional, falta de reconhecimento e insatisfação com a política salarial da empresa, estes fatores que impactam diretamente na motivação das equipes somam 57,69% das respostas, destacando que melhorias são necessárias pois a alta rotatividade causa perda de clientes, capital humano e intelectual além de prejuízos financeiros, sendo necessárias medidas para contornar esta situação.

Em Santos e Martins (2023), buscou-se analisar o papel da liderança e a motivação dos colaboradores de uma equipe de vendas do setor imobiliário, identificando que os níveis de satisfação variavam entre 70% e 85%, apesar de que a pressão pelo cumprimento de meta, falta de benefícios e higiene no ambiente geram desconforto, a maioria dos entrevistados apresentou boas impressões em relação aos seus líderes, se sentindo motivados mesmo em um ambiente com características negativas, corroborando que a liderança impacta na satisfação dos colaboradores e sua produtividade.

CONCLUSÃO

Conclui-se que a sustentabilidade do engajamento a longo prazo depende diretamente de fatores intrínsecos e relacionais geridos pela organização. Para alinhar o rendimento das equipes aos objetivos de crescimento, as empresas precisam transcender as recompensas puramente financeiras, investindo em lideranças capacitadas, harmonia interpessoal e suporte contínuo ao capital humano.



REFERÊNCIAS

- BARRETO**, Larissa Helena Veronezi; **PEGORETTI**, Thais dos Santos. Avaliação da motivação dos funcionários de pequena empresa do ramo alimentício. **XXXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, 2018.
- BORBA**, Carlos Eduardo de Oliveira; **REZENDE**, Sônia Regina Gouvêa. Turnover no setor de vendas imobiliária de Caldas Novas: estudo de caso. **Revista Mirante**, v. 16, n. 2, p. 36-53, 2023.
- CRUZ**, Divino Gabriel Martins. **Percepção de colaboradores quanto ao ambiente organizacional e seu impacto na motivação em uma empresa de turismo e multipropriedade em Goiás**. Trabalho de Conclusão de Curso, 2025.
- LEITE et al.** A motivação no ambiente de trabalho: um estudo de caso na Feira dos Importados. **XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, 2016.
- MACHADO**, Mirian Magnus; **BIANCHI**, Gisele. Motivação organizacional: estudo de caso em prestadora de serviço em Blumenau - SC. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, v. 3, p. 01-25, 2008.
- SANTOS**, Neice Ferreira dos; **MARTINS**, Sandra Regina Silva. Motivação no ambiente organizacional: uma análise da liderança como ferramenta motivacional de uma equipe de vendas. **Revista Mirante**, v. 16, n. 2, p. 341-356, 2023.
- SOUSA**, Ingrid Rodrigues de Barros de. **Os benefícios e desafios da economia compartilhada para o mercado imobiliário**. Monografia de Bacharelado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2022.