



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

TEMÍSTOCLES MACIEL NETO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**HOME OFFICE: UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO CRIATIVO DOS
PROFISSIONAIS ADEPTOS.**

CAMPINA GRANDE

2020



TEMÍSTOCLES MACIEL NETO

**HOME OFFICE: UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO CRIATIVO DOS
PROFISSIONAIS ADEPTOS.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª Petruska de Araújo Machado, Doutora.

CAMPINA GRANDE

2020

Home Office: uma análise do desempenho criativo dos profissionais adeptos.

Temístocles Maciel Neto¹
Petruska de Araújo Machado²

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar a influência da motivação e da auto-eficácia na desempenho criativo dos profissionais que trabalham do modelo *home office*. A partir das análises, obteve-se a aceitação das três hipóteses trabalhadas, confirmando que a auto-eficácia criativa tem influência positiva na motivação intrínseca do funcionário inserido no modelo *home office*, reafirmando as evidências dos estudos de Bandura (1986) e Gu et al (2015). Foi observado que a auto-eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, confirmando os estudos de Choi (2004) e Gong et al (2009). Por fim, foi encontrado uma relação positiva entre a motivação intrínseca e a desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, confirmando os estudos de Amabile (1996) e Mallik et al (2015) que mostraram que a motivação intrínseca exerce uma influência significativa no processo de criatividade. Utilizou-se uma abordagem quantitativa, realizando o levantamento de dados a partir da Web, aplicando um survey com escala Likert de seis pontos, variando de 1 a 6 (discordo totalmente a concordo totalmente) para medir a percepção de indivíduos adeptos ao estilo de trabalho Home Office em relação à auto-eficácia criativa, motivação intrínseca e desempenho criativo.

Palavras-Chave: Home Office; Auto-eficácia; Satisfação no trabalho;

Home Office: : an analysis of the creative performance of adept professionals.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of motivation and self-efficacy on the creative desempenho of professionals who work with the home office model. From the analyzes, it was obtained the acceptance of the three hypotheses worked, confirming that the creative self-efficacy has a positive influence on the intrinsic motivation of the employee inserted in the home office model, reaffirming the evidence of the studies of Bandura (1986) and Gu et al (2015). It was observed that creative self-efficacy is positively related to the creative desempenho of the employee inserted in the home office model, confirming the studies by Choi (2004) and Gong et al (2009). Finally, a positive relationship was found between intrinsic motivation and the creative desempenho of the employee inserted in the home office model, confirming the studies by Amabile (1996) and Mallik et al (2015) that showed that intrinsic motivation has a significant influence on creativity process. A quantitative approach was used, conducting data collection from the Web, applying a six-point Likert scale survey, ranging from 1 to 6 (strongly disagree to totally agree) to measure the perception of individuals adept at the work style Home Office in relation to creative self-efficacy, intrinsic motivation and creative desempenho.

Keywords: Home Office; Self-Efficacy; Job satisfaction.

1. INTRODUÇÃO

As organizações buscam constantemente criar ou descobrir mecanismos que possam otimizar sua produtividade. Em tempos remotos, no ambiente organizacional, a tecnologia surgia como um diferencial competitivo, mas antes o que era novidade, hoje se tornou quase indispensável para garantir a competitividade entre as organizações, seja relacionado à sua capacidade de captar, absorver ou responder as demandas requeridas pelo ambiente (Santos Junior, Freitas & Luciano, 2005).

As empresas responsáveis pela oferta de serviços de software têm ganhando destaque em meio a essa necessidade de otimização do desempenho, em 2017 houve um investimento de US\$ 38 bilhões, em hardware, software (Associação Brasileira das Empresas de Software [ABES/IDC], 2018). A disponibilidade dessas tecnologias tem facilitado as alternativas remotas de trabalho, permitindo que haja flexibilização no modelo de trabalho tradicional.

Uma das formas de flexibilização do trabalho, é o chamado Home Office (trabalho em casa) ou teletrabalho (nominado pela CLT), segundo Nohara, Acevedo, Ribeiro e Silva (2010) é um modelo onde o local de trabalho, antes restrito às fronteiras organizacionais, pode ser exercido virtualmente de qualquer ponto do planeta, deixando fluidos os limites geográficos das organizações. O modelo de trabalho em *home office* foge dos conceitos de trabalho em uma sede fixa da empresa, assim como, diminui o contato humano predominante nos setores. Este estilo de trabalho é visto como controverso em relação a alguns aspectos.

Por exemplo, Tamayo (2000) evidenciam que a presença dos colegas de trabalho é um fator importante que gera satisfação no trabalho, por outro lado, Shneiderman (1976) defende que o isolamento das questões de fatores humanos permite exercitar a imaginação na criação de novas linguagens. Essas questões podem comprometer a desempenho das pessoas que trabalham no estilo *home office*.

Neste ano de 2020, um fator impactante no contexto trabalhista brasileiro e mundial como um todo, está sendo a pandemia da COVID-19. Após a necessidade do isolamento social como forma de amenizar os impactos causados pelo vírus, as empresas precisaram adotar o modelo de trabalho *home office* durante o período de pico. Segundo dados da Fundação Instituto de Administração (FIA) com médias e grandes empresas, o trabalho em casa foi estratégia adotada por 46% das empresas durante a pandemia.

Alguns trabalhos evidenciam que o modelo *home office* pode influenciar na desempenho de trabalho do indivíduo. Bloom, Liang, Roberts e Ying (2013) em um experimento com cerca de 16.000 funcionários de uma empresa chinesa, constatou um aumento significativo na desempenho dos adeptos do modelo *home office*. Demerouti, Bakker e Voydanoff (2010) em seus estudos, consideraram o funcionário adepto do modelo *home office* sofre mais influências positivas que negativas na sua desempenho.

A literatura (ex.: Amabile, 1996; Malik, Butt & Choi, 2015; Khattak, Saleem & Khan, 2017) destaca vários fatores que influenciam a desempenho criativo do trabalhador. Por exemplo, Amabile (1996) e Malik et al (2015) encontraram que a motivação intrínseca influencia no processo de criatividade e na desempenho criativo do indivíduo. Khattak et al. (2017) investiga a mediação da auto-eficácia criativa em relação à criatividade dos funcionários.

Poucos estudos investigaram empiricamente a relação da motivação intrínseca com fatores criativos do indivíduo (Shalley, Zhou & Oldham, 2004). Em um estudo cujo objetivo é explorar os mecanismos de impacto do clima de aprendizagem psicológica sobre uso inovador de sistemas de informação (SI) pelos funcionários (Gu & Wang, 2020), os autores sugerem que os gestores estimulem o desenvolvimento da motivação intrínseca e auto eficácia criativa para estimular o processo de criatividade dos funcionários. Em um estudo sobre comportamento ambiental, Taberner e Hernandez (2010) supuseram que a motivação intrínseca influência na auto eficácia do indivíduo.

A partir das abordagens apresentadas nos estudos e considerando o trabalho no estilo *home office*, esta pesquisa sugere que o trabalhador inserido no modelo *home office* tende a se sentir mais motivado e criativo, pois o modelo requer um perfil de trabalhador mais individualista e autônomo, onde o mesmo deve gerenciar o seu próprio tempo.

Neste contexto, surge seguinte questão de pesquisa: qual a influência da motivação e da auto eficácia do profissional adepto do *home office* na sua desempenho criativo? Dessa forma, o objetivo do presente estudo é analisar a influência da motivação e da auto eficácia na desempenho criativo dos profissionais que trabalham do modelo *home office*. Para isso, este estudo utilizou uma abordagem quantitativa, realizando modelagem de equações estruturais a partir do software estatístico Rstudio.

O presente estudo contribui de forma prática para que os gestores de empresas de tecnologia possam ter um maior conhecimento sobre a influência do modelo de trabalho *home office* e como ele pode ser útil para elevar os níveis de produtividade dos seus funcionários e conseqüentemente de suas respectivas empresas. Teoricamente, o estudo contribui para complementar os conhecimentos a respeito da influência do modelo flexível de trabalho na desempenho criativo dos funcionários em função da motivação intrínseca e da auto eficácia criativa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. O Home Office

O avanço da tecnologia tem rompido barreiras, gerando mudanças nas formas de realizar uma determinada atividade, no mercado de trabalho não é diferente. Tal avanço possibilitou o surgimento dos modelos flexíveis de trabalho nas organizações. Como consequência dos avanços tecnológicos, o processo de flexibilização organizacional exige cada vez mais capacitação por parte dos profissionais, pelos princípios baseados na eficiência e melhoria contínua, conseqüentemente novas qualificações são requeridas e permanecem novas por menos tempo (Rodrigues, 2014).

Os modelos flexíveis de trabalho são conhecidos na literatura como *home office*. Trata-se de um modelo que está cada vez mais sendo evidenciado nos ambientes organizacionais. No entanto, a literatura apresenta várias outras terminologias como: *teleworking*, *telecommuting* ou *homeworking* (Sakuda & Vasconcelos 2005). No Brasil, usa-se o termo teletrabalho que é baseado na Lei nº 13.467 de 13 de julho de 2017, artigo 75-B da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho). A CLT passa a considerar como teletrabalho “a prestação de serviços preponderantemente fora das dependências do empregador, com a utilização de tecnologias de informação e de comunicação que, por sua natureza, não se constituem como trabalho externo”. Considerando a variedade de terminologias, este trabalho adota o termo *home office* para se referir ao modelo de trabalho flexível.

Autores destacam algumas vantagens do trabalho *home office*. Por exemplo, Costa (2007) considera que esse modelo de trabalho flexível garante uma evolução pessoal do indivíduo, quanto ao comprometimento e responsabilidade, principalmente para os mais jovens. Em geral, pesquisas apontam que o *home office* geralmente aumenta o desempenho e

a produtividade do trabalho (DiMartino & Wirth, 1990; Kossek, 2001; Neal, Chapman, Ingersoll-Dayton, & Emlen, 1993).

O trabalho de Hill, Ferris e Martinson (2003), evidenciou através de escalas, que os indivíduos inserido no modelo de trabalho home office tem mais relações positivas com a motivação no trabalho do que os indivíduos inseridos no modelo tradicional. Outra vantagem percebida nesse modelo de trabalho, é a evidencia da melhora da desempenho criativo do funcionário (Vega, Anderson & Kaplan, 2014).

2.2. Auto eficácia criativa

Os estudos de Lange (2012) evidenciaram que os traços de personalidade, autonomia e independência são os mecanismos responsáveis pelos mais altos níveis de satisfação no trabalho. Neste sentido, a autonomia na realização das atividades que o modelo home office permite, pode resultar em uma maior satisfação e desenvolvimento no trabalho dos desenvolvedor de software, portanto, o desenvolvimento da autoeficácia torna-se um fator importante na construção desse processo.

Entende-se por auto-eficácia, o julgamento próprio sobre a capacidade do indivíduo de executar tarefas (Bandura 1997), com isso não é requisitado apenas as habilidades técnicas do profissional, mas também a determinação de acreditar na própria capacidade de exercer uma tarefa demandada.

A auto-eficácia pode ser um fator gerador de criatividade, o termo auto-eficácia criativa é entendido como a crença que um indivíduo tem na capacidade de produzir resultados criativos, ou seja, é a confiança dos indivíduos em suas próprias capacidades criativas (Sangsuk & Siriparp, 2015; Tierney & Agricultor, 2011; Tierney e Farmer, 2002). Portanto, pode-se dizer que a auto-eficácia criativa possui um papel fundamental para o desenvolvimento da criatividade (Chan, Chen, Chuang & Chou, 2019).

Segundo Tierney (2002) a auto-eficácia criativa pode ser definida como o envolvimento do indivíduo em um processo pelo qual ele se auto-avalia, se baseando nisso para produzir dados interpretativos e formar julgamentos à respeito da eficácia pessoal. Destaca-se que a motivação intrínseca também tem sido reconhecida como um indicador chave da criatividade individual este pode ser encorajado por qualquer liberdade e espontaneidade inerente à situação.

Pessoas com alta auto-eficácia criativa tendem a acreditar que são capazes de resolver problemas com mais facilidade (Bandura, 2012; Liang, Hsu & Chang, 2013). Essas pessoas geralmente exibem criatividade extraordinária e exibem comportamentos criativos satisfatórios e previsíveis (Cheng, Shiu & Chuang, 2012; Tan, Li & Rotgans, 2011; Yu, 2013). Estudos relataram que a auto-eficácia afeta direta e indiretamente a execução das capacidades de pensamento criativo (Bandura, 2012; Liang et al., 2013). No caso do desenvolvedor de software, esse processo de desenvolvimento da auto-eficácia criativa é algo indispensável para sua capacidade produtiva (Isoni, 2014 apud. Venkates; Davis, 1996).

2.3. Motivação intrínseca

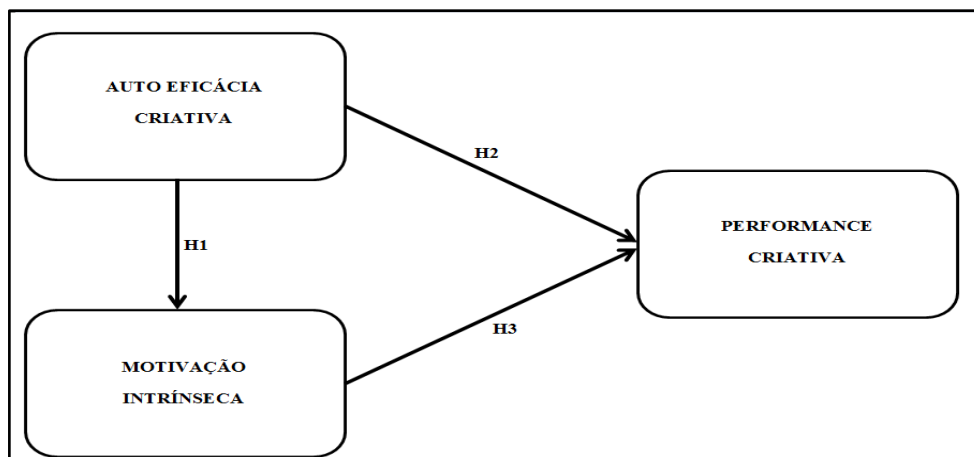
A motivação intrínseca refere-se à extensão em que um indivíduo é direcionado para o interior, interessa-se ou fascina-se por uma tarefa e se envolve na tarefa para a realização de tarefa em si (Utman, 1997). Esse tipo de motivação pode ser um fator importante para que a produção seja efetiva, segundo Amabile (1996), o nível de desenvolvimento da motivação intrínseca tem sido reconhecido como um fator chave para o processo de criatividade.

Referindo-se ao profissional de tecnologia da informação, Ahamed, Taskin, Pauleen e Parker (2017) concluíram que um dos fatores motivacionais é manter o foco na natureza dos trabalhos realizados, ou seja, o que mais lhe motiva a realização das suas atividades, independente de outros fatores como pessoas e locais. Assim, observa-se que o modo como realizam o trabalho não se torna algo relevante, desde que se cumpram os prazos e pontos estabelecidos de produção.

Segundo a teoria componencial da criatividade, a motivação intrínseca atua como um canal crucial através do qual o contexto social pode impactar a criatividade individual. O desempenho criativo refere-se à extensão em que um indivíduo gera novas idéias, produtos e procedimentos que são úteis e apropriados para a organização (Amabile, 1988).

3. MODELO E HIPÓTESES

Figura 1: Modelo de pesquisa



Fonte: O próprio autor.

H1: A auto-eficácia criativa tem influência positiva na motivação intrínseca do funcionário inserido no modelo *home office*.

Evidências apontam a existência de que a auto-eficácia influencia na motivação do indivíduo (Bandura, 1986). Gu et al (2015) investigaram fatores psicológicos positivos de estudantes de graduação e encontraram que a motivação intrínseca é influenciada pela auto-eficácia. Em um estudo com alunos universitários, Kavanussu e Roberts (1998) investigaram a relação entre auto-eficácia e motivação intrínseca.

H2: A auto-eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*.

Evidencia-se que a crença em realizar tarefas com resultados criativos pode influenciar no desempenho criativo destas. Estudos (ex.: Choi, 2004; Gong et al 2009) demonstraram um efeito (direto ou de mediação) da auto-eficácia criativa na desempenho criativo. Gong et al (2009) argumenta que a resposta criativa pode refinar ou descobrir novos procedimentos e processos de trabalho, levando à melhoria na eficiência (ex: reduzindo recursos para realizar tarefas), e conseqüentemente, a desempenho de trabalho do indivíduo. Outro estudo realizado com estudantes de ensino médio e graduação encontrou uma relação positiva entre a auto-eficácia criativa e a desempenho criativo (Chang et al. 2019).

H3: A motivação intrínseca está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*.

Estudos (Amabile, 1996; Mallik et al, 2015) mostram que a motivação intrínseca exerce uma influência significativa no processo de criatividade, as evidências também indicam que a tal influencia é exercida sob a desempenho criativo do indivíduo. Resultados das pesquisas de Cerasoli e Nicklin (2014), evidenciaram que a relação entre a desempenho do indivíduo e a motivação intrínseca não é necessariamente antagônica e podem ser melhor relacionados se forem considerados simultaneamente.

4. PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Esta pesquisa utiliza uma abordagem quantitativa, realizando o levantamento de dados a partir da Web, aplicando um *survey* (Apêndice 1) com escala Likert de seis pontos, variando de 1 a 6 (discordo totalmente a concordo totalmente) para medir a percepção de indivíduos adeptos ao estilo de trabalho *Home Office* em relação à auto-eficácia criativa, motivação intrínseca e desempenho criativo. Adotou-se a escala de seis pontos com o intuito de evitar excesso de neutralidade nas respostas e enviesar a pesquisa. A divulgação e envio dos questionários se deu por meio de redes sociais: Instagram, Facebook e Whatsapp.

Para medir os construtos do modelo de pesquisa, este estudo seguiu procedimentos rigorosos do processo de mensuração e desenvolvimento de escalas seguindo orientações de Da Costa (2011) e Rossiter (2009). Inicialmente, foi identificado o objeto de estudo a ser avaliado, especificamente, o estilo de trabalho *home office* dos profissionais. Em seguida, foram definidos os atributos do objeto, que foram os construtos sugeridos no modelo de pesquisa a partir da literatura (ex: Gu et al, 2015; Mallik et al, 2015; Choi, 2004; Gong, Huang & Farh, 2009; Bandura, 1986), são eles: auto-eficácia criativa, motivação intrínseca e desempenho criativo. Os construtos foram definidos como latentes refletivos (Da Costa, 2011), identificando o domínio de cada um conforme mostra a Tabela 1.

Tabela 1. Domínio dos construtos do modelo de pesquisa

| CONSTRUTO | DEFINIÇÃO | FONTE |
|------------------------|---|--|
| Auto-eficácia Criativa | É a confiança dos indivíduos em suas próprias capacidades criativas | Sangsuk & Siriparp (2015); Tierney & Agricultor (2011); Tierney e Farmer (2002); |
| Motivação Intrínseca | Refere-se à extensão em que um indivíduo é direcionado para o interior, interessa-se ou fascina-se por uma tarefa e se envolve na tarefa para a realização de tarefa em si. | Utman (1997) |
| Desempenho criativo | Refere-se à extensão em que um indivíduo gera novas idéias, produtos e procedimentos que são úteis e apropriados para a organização. | Amabile (1988) |

Fonte: o próprio autor.

O instrumento de coleta de dados foi submetido ao processo de validação, seguindo operacionalizações qualitativas por meio da validade de translação (de face e de conteúdo) para avaliar a representatividade do item ao construto e a clareza do enunciado. Os questionários de validação foram enviados para 5 especialistas e 3 potenciais respondentes, onde retornaram 8 questionários respondidos. Após a coleta dos questionários de validação, foi realizada a extração da média dos itens, avaliação das sugestões e implementações das propostas de aprimoramento. A Tabela 2 mostra os critérios de exclusão dos itens durante essa fase. Foram submetidos 43 itens para a fase de validação. Após a aplicação dos critérios de exclusão, restando um total de 36 itens.

Tabela 2 – Critérios de Exclusão

| EXCLUSÃO DE VARIÁVEIS | |
|------------------------------|---------------------------|
| CRITÉRIO | DESCRIÇÃO |
| Cargas fatoriais | Valores inferiores a 0,70 |
| Alpha | Valores inferiores a 0,70 |
| CR | Valores inferiores a 0,70 |
| AVE | Valores inferiores a 0,50 |

Fonte: O próprio autor.

A coleta foi realizada por meio do Google Forms entre os dias 30/06/2020 e 17/08/2020. Optou-se por uma amostra não probabilística por acessibilidade. O tamanho da amostra foi condicionada às operacionalizações estatísticas (Hair, Anderson, Tatham & Black, 2009), onde foram 15 respondentes por item, sendo 345 respondentes para 22 variáveis .

Os procedimentos estatísticos foram realizados a partir dos seguintes testes: 1) estatística descritiva, a partir da caracterização da amostra; 2) purificação das escalas, para identificar as anomalias (*Outliers*) e análise da média, desvio padrão, curtose e assimetria; 3) análises de confiabilidade, dadas por alpha de Cronbach, confiabilidade composta e a variância média extraída; e 4) análise de equações estruturais. A análise dos dados foi realizada com o auxílio do software Rstudio versão 1.1.463.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. Descrição da amostra

O público respondente, possuía idade média aproximada de 29 anos, a faziam/fazem uso do modelo de trabalho *home office*, aproximadamente a 8 meses. Nota-se uma que esse tempo, é compatível ao início do período de isolamento social. A maior parcela dos

respondentes são solteiros e o número de participações foi de predominantemente do Nordeste, como mostra a tabela 3.

Tabela 3- Descrição da amostra

| SEXO | FREQUÊNCIA |
|--|-------------------|
| Feminino | 59,710% |
| Masculino | 40,290% |
| MÉDIAS | |
| Idade (em anos) | 28,9449 |
| Tempo de uso do Home Office (em meses) | 7,6898550 |
| ESTADO CIVIL | FREQUÊNCIA |
| Casado | 22,319% |
| divorciado | 4,348% |
| solteiro | 66,667% |
| uniao estavel | 6,667% |
| REGIÃO | FREQUÊNCIA |
| centro oeste | 2,0290% |
| Nordeste | 84,3478% |
| Norte | 1,4493% |
| Sudeste | 9,5652% |
| Sul | 2,6087% |
| RENDA FAMILIAR | FREQUÊNCIA |
| Até R\$ 1,900,00 | 19,4203% |
| De R\$ 1,901,00 a R\$ 3,800,00 | 28,4058% |
| De R\$ 10,001 a R\$ 18,000,00 | 10,1449% |
| De R\$ 3,801,00 a R\$ 5,800,00 | 18,8406% |
| De R\$ 5,801,00 a R\$ 10,000,00 | 19,4203% |
| Acima de R\$ 18,000,00 | 3,7681% |
| ESCOLARIDADE | FREQUÊNCIA |
| Ensino Fundamental | 1,1594% |
| Ensino Médio | 5,5072% |
| Pós-graduação | 32,174% |
| Superior completo | 23,7681% |
| Superior incompleto/ em andamento | 37,3913% |

Fonte: O próprio autor.

5.2. Purificação da escala

O tamanho amostral inicial correspondeu a 354, contendo 43 variáveis. Após a submissão da análise de anomalias, visando melhorar a qualidade da análise, decidiu-se eliminar 8 questionários que apresentavam evidências de inconfiabilidade, com excesso de repetição numérica na escolha da escala likert. Após análise, o número final de questionários analisados foi de 346.

A partir de análise de purificação (análise-se da coluna) e após análises dos índices de curtose e assimetria, decidiu-se eliminar as variáveis de auto eficácia criativa: AC1

(curtose = 0,11 e assimetria = 0,53); AC2 (curtose = 0,62 e assimetria = 0,36); AC8 (curtose = 0,13 e assimetria = 0,51); AC12 (curtose = 0,24 e assimetria = 0,87); AC13 (curtose = 1,25 e assimetria = 0,32). Das variáveis eliminadas de Motivação Intrínseca, foram excluídos os itens: MI1 (curtose = 1,38 e assimetria = 0,16); MI8 (curtose = 1,46 e assimetria = 0,25); MI9 (curtose = 1,18 e assimetria = 0,97); MI12 (curtose = 1,14 e assimetria = 0,66); MI14 (curtose = 0,90 e assimetria = 1,51). Das variáveis eliminadas de Desempenho criativo, foram excluídos os itens: PC1 (curtose = 0,96 e assimetria = 1,19); PC2 (curtose = 1,11 e assimetria = 0,53); PC3 (curtose = 1,01 e assimetria = 0,45); PC14 (curtose = 1,14 e assimetria = 0,51).

6.3. Cargas fatoriais e teste de confiabilidade

Nesta fase, foram geradas as cargas fatoriais de cada item para verificar o grau de contribuição dos itens para os seus respectivos construtos. Ainda, foi realizado o teste de confiabilidade a partir do Alpha de Cronbach, variância média extraída (AVE) e confiabilidade composta (CR), conforme mostra a Tabela 4.

Tabela 4 - Teste de confiabilidade inicial

| | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR | | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR | | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR |
|------|----------------|-------|------|------|------|----------------|-------|------|------|------|----------------|-------|------|------|
| MI1 | -0.14 | | | | AC1 | 0.66 | | | | PC1 | 0.23 | | | |
| MI2 | 0.58 | | | | AC3 | 0.79 | | | | PC2 | 0.69 | | | |
| MI3 | 0.63 | | | | AC4 | 0.75 | | | | PC3 | 0.61 | | | |
| MI6 | 0.56 | | | | AC5 | 0.80 | | | | PC5 | 0.71 | | | |
| MI7 | 0.47 | | | | AC6 | 0.86 | | | | PC6 | 0.77 | | | |
| MI8 | 0.23 | | | | AC7 | 0.76 | 0,91 | 0,53 | 0,98 | PC7 | 0.85 | 0,93 | 0,52 | 0,98 |
| MI9 | 0.27 | 0,7 | 0,25 | 0,93 | AC8 | 0.62 | | | | PC8 | 0.85 | | | |
| MI10 | 0.36 | | | | AC9 | 0.78 | | | | PC9 | 0.85 | | | |
| MI11 | 0.43 | | | | AC11 | 0.19 | | | | PC10 | 0.81 | | | |
| MI12 | 0.24 | | | | AC12 | 0.70 | | | | PC11 | 0.75 | | | |
| MI14 | -0.15 | | | | AC13 | 0.49 | | | | PC12 | 0.71 | | | |
| MI15 | 0.30 | | | | | | | | | PC14 | 0.66 | | | |
| MI16 | 0.55 | | | | | | | | | | | | | |

Fonte: o próprio autor

Observou-se que alguns itens das variáveis não apresentaram resultados significativos, o que afetou consequentemente o valor de variância média extraída, como por exemplo, no construto de motivação intrínseca (MI), obteve o valor de 0,25 na AVE, onde o recomendado é que se tenha um valor acima de 0,5. Na tentativa de melhorar os valores de confiabilidade e variância das variáveis, decidiu-se excluir os itens que apresentaram cargas fatoriais com valores abaixo de 0,7, como exposto na tabela 5.

Tabela 5 - Resultado final do teste de confiabilidade

| | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR | | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR | | Carga Fatorial | Alpha | AVE | CR |
|------|----------------|-------|------|------|------|----------------|-------|------|------|------|----------------|-------|------|------|
| MI2 | 0.58 | 0,70 | 0,25 | 0,93 | AC3 | 0.79 | 0,91 | 0,63 | 0,94 | PC5 | 0.71 | 0,93 | 0,52 | 0,98 |
| MI3 | 0.63 | | | | AC4 | 0.75 | | | | PC6 | 0.77 | | | |
| MI6 | 0.56 | | | | AC5 | 0.80 | | | | PC7 | 0.85 | | | |
| MI7 | 0.47 | | | | AC6 | 0.86 | | | | PC8 | 0.85 | | | |
| MI10 | 0.36 | | | | AC7 | 0.76 | | | | PC9 | 0.85 | | | |
| MI11 | 0.43 | | | | AC9 | 0.78 | | | | PC10 | 0.81 | | | |
| MI15 | 0.30 | | | | AC11 | 0.19 | | | | PC11 | 0.75 | | | |
| MI16 | 0.55 | | | | | | | | | PC12 | 0.71 | | | |

Fonte: o próprio autor

Após a exclusão de alguns itens de auto eficácia criativa (AC1; AC2; AC8; AC12; AC13), motivação intrínseca (MI1; MI8; MI9; MI12; MI14) e desempenho criativo (PC1; PC2; PC3; PC14), notou-se uma elevação no índice da AVE de auto eficácia criativa (AVE de AC = 0,63) e desempenho criativo (AVE de PC = 0,56) porém, o valor em motivação intrínseca (AVE de MI = 0,25) permaneceu o mesmo.

O construto de Auto eficácia Criativa, que continha 13 itens inicialmente (Schwarzer, 1999; Tierney & Farmer, 2002; Amaro, Semperebon, Baron Junior, & Dezevecki, 2016) ao final restaram um total de 7 itens e foi considerado confiável (α de Cronbach = 0,91). O construto Motivação Intrínseca, que continha 16 itens inicialmente (Amabile, Hill, Hennessey, & Tighe, 1994; Zhang, & Bartol, 2010) ao final restaram 8 itens e foi considerado confiável (α de Cronbach = 0,70). O construto desempenho criativo, que continha 14 itens (Tierney, Famer, & Graen, 1999; Choi, 2004; Araújo, Modolo, Carneiro Junior, & Vils, 2017) ao final restaram 8 itens e foi considerado confiável (α de Cronbach = 0,93).

6.4. Testes de ajustamento do modelo de pesquisa

Os resultados do ajuste do modelo são mostrados na Tabela 6. O ajuste do modelo foi baseado em duas extrações: a primeira extração foi avaliado o modelo com todas as variáveis observadas. Em seguida, foram excluídas variáveis devido aos baixos valores de cargas fatoriais e o modelo foi calibrado e simulado novamente. O resultado da segunda extração mostra o modelo indicado com índices significantes para os dados ($\chi^2 = 736.948$, $df = 206.000$, $\chi^2/df = 3.6$; RMSEA = 0.086, CFI = 0.885, TLI = 0.871), indicando que o modelo é adequado.

Tabela 6. Ajuste das medidas do modelo

| Indicador | AC PC MI | Tirando as variáveis abaixo de 0,7 de AC e PC | Valor ref |
|-----------|-------------|--|-----------|
| Chisq | 1.302.184 | 736.948 | |
| DF | 374.000 | 206.000 | |
| chisq/df | 3,5 | 3,6 | <5 |
| GFI | 0.784 | 0.831 | >=0.90 |
| RMR | 0.074 | 0.076 | <=0,05 |
| SRMR | 0.059 | 0.061 | >= 0,1 |
| NFI | 0.801 | 0.848 | >=0,9 |
| CFI | 0.849 | 0.885 | >=0,9 |
| TLI | 0.836 | 0.871 | (0 e 1) |
| AGFI | 0.749 | 0.792 | >=0,9 |
| PNFI | 0.738 | | |
| PGFI | 0.674 | 0.676 | <=0,67 |
| RMSEA | 0.085 | 0.086 | <0,10 |

Fonte: Extraído do RStudio (2020)

Os testes das hipóteses do modelo de pesquisa são mostrados na Tabela 7. Após as realizações das análises e dos testes, se pode aceitar a hipótese de que a auto eficácia criativa tem influência positiva na motivação intrínseca do funcionário inserido no modelo *home office*, tais resultados confirmam os achados dos estudos de Bandura (1986), Gu et al (2015) e complementando os estudos de Kavanussu e Roberts (1998).

Através das análises de dados realizada nessa pesquisa, foi possível identificar que a auto eficácia criativa, ou seja, o fato da crença que um indivíduo tem na sua capacidade de produzir resultados criativos, influencia positivamente na motivação intrínseca, onde o indivíduo é direcionado para o seu interior, interessa-se ou fascina-se por uma tarefa e se envolve para a sua realização.

Foi comprovado também, a hipótese que a auto eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, ou seja, a medida que o indivíduo crê na suas capacidade produtivas, há uma influência positiva na capacidade de criar novas ideias, produtos e procedimentos que podem ser úteis e apropriados para a organização. Evidenciou-se também, que a medida que o funcionário se sente motivado intrinsecamente, este tende a ter uma desempenho criativo na execução de suas tarefas.

Tabela 7. Resultados do modelo de regressão e teste de hipótese

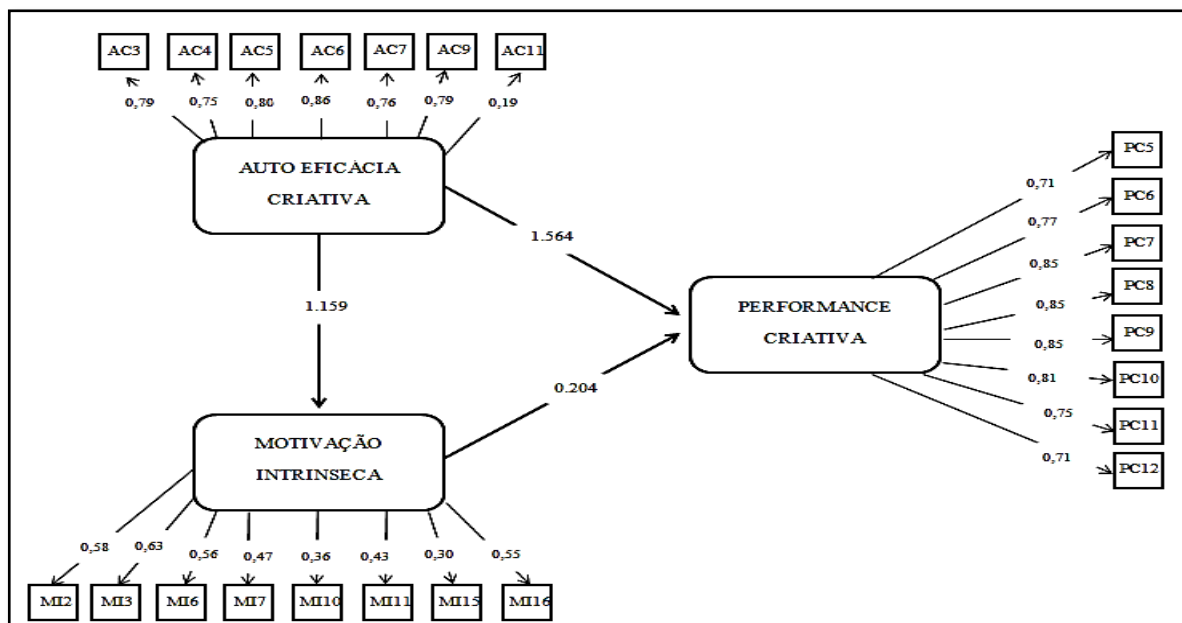
| HIPÓTESES | | ESTIMATIVA | P-VALOR | RESULTADO |
|-----------|--|------------|---------|-----------|
| H1 | A auto-eficácia criativa tem influência positiva na motivação intrínseca do funcionário inserido no modelo home office. | 1.159 | 0.000 | ACEITA |
| H2 | A auto-eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo home office. | 1.564 | 0.000 | ACEITA |
| H3 | A motivação intrínseca está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo home office. | 0.204 | 0.027 | ACEITA |

Fonte: Dados extraídos do software R (2020).

Nota: * Não Significativo no nível de 5%.

A hipótese de que a auto-eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo home office foi aceita, reafirmando os estudos de Choi (2004) e Gong et al (2009) onde encontraram um efeito (direto ou de mediação) da auto-eficácia criativa na desempenho criativo. A hipótese de que motivação intrínseca está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, também foi aceita.

Figura 1. Modelo nomológico



Fonte: O próprio autor

6. CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo analisar a influência da motivação e da auto-eficácia na desempenho criativo dos profissionais que trabalham do modelo *home office*. A partir das análises, obteve-se a aceitação das três hipóteses trabalhadas, confirmando que a

auto-eficácia criativa tem influência positiva na motivação intrínseca do funcionário inserido no modelo *home office*, reafirmando as evidências dos estudos de Bandura (1986) e Gu et al (2015).

Foi observado que a auto-eficácia criativa está positivamente relacionada à desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, confirmando os estudos de Choi (2004) e Gong et al (2009). Por fim, foi encontrado uma relação positiva entre a motivação intrínseca e a desempenho criativo do funcionário inserido no modelo *home office*, confirmando os estudos de Amabile (1996) e Mallik et al (2015) que mostraram que a motivação intrínseca exerce uma influência significativa no processo de criatividade.

O ano de 2020 foi marcado pela necessidade de adaptação trabalhista, devido ao isolamento social em um contexto global, a necessidade do uso de alternativas de trabalho remoto foram inevitáveis. Os achados do estudo em questão, contribuíram positivamente para se entender o comportamento produtivo e comportamental do funcionário adepto do modelo *home office*.

Devido à impossibilidade de contato social no período de realização da pesquisa, a operacionalização da coleta de dados ficou limitada ao meio digital. Como pesquisas futuras, sugere-se o aprofundamento dos estudos comportamentais a fim de averiguar, de forma comparativa, se o trabalho remoto proporciona uma melhor experiência produtiva em relação ao modelo de trabalho tradicional.

REFERÊNCIAS

Amabile, T.M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations, in Staw, B.M. and Cummings, L.L. (Eds). *Research in Organizational Behavior*. 10 (1), 123-167.

AGÊNCIA BRASIL. *Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia*. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em: 01 de setembro de 2020.

Ahmed, S. Taskin, N., Pauleen, D. J. (2017). Motivating Information Technology Professionals: The case of New Zealand. *Australasian Journal of Information Systems*, 21(1), 1-30.

Amabile, T. M., Hil, K. G., Hennessey, B. A., & Tighe, E. M. (1995). The Work Preference Inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations: Correction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(4), 580.

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.

- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38(1), 9–44
- Cheng, C. J., Shiu, S. C., & Chuang, C. F. (2012). The relationship of college students' process of study and creativity: Creative self-efficacy as a mediation. *International Journal of Advanced Computer Science*, 2(3), 105–109.
- Compeau, R. D., & Higgins, A. C. (1995). Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly, Jstor*, 19(2), 189-211.
- Costa, I. D. S. A. D. (2007). Teletrabalho: subjugação e construção de subjetividades. *Revista de Administração Pública*, 41(1) 105-124.
- Da Costa, F. J. (2011). Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em Administração. Ciência Moderna: Rio de Janeiro.
- Di Martino, V., & Wirth, L. (1990). Telework: A New Way of Working and Living. *International Labour Review*, 129(5), 529-54.
- Demerouti, E., Bakker A. B., & Voydanoff P. (2010). Does home life interfere with or facilitate job desempenho?. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19(2), 128-149.
- Filho, M. M. I; Isoni, M. M. (2015). Explorando a Relação entre Auto-eficácia e Atitude Positiva face à Introdução de uma Nova Tecnologia. *PRETEXT*, 15(2), 93-109.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B.(1957). The motivation to work. 2. ed., 1-155.
- Hill, E. J., Ferris, M., & Mårtinson, V. (2003). Does it matter where you work? A comparison of how three work venues (traditional office, virtual office, and home office) influence aspects of work and personal/family life. *Journal of Vocational Behavior*, 63(2), 220–241.
- Choi, J. N. (2011). Individual and Contextual Predictors of Creative Desempenho: The Mediating Role of Psychological Processes. *Creativity Research Journal*, 16:2(3), 187-199.
- Gu, Y., & Wang, C. (2020). The Impact Mechanisms of Psychological Learning Climate on Employees' Innovative Use of Information Systems. *Journal of Global Information Management*, 28(2), 52–72.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2006). Análise Multivariada de dados. Porto Alegre, Bookman 2009, 6ª edição, Tradução: Adonai Schlup Sant'Anna.
- Junior, S. S.; Freitas, H., Luciano, E. M. (2005). Dificuldades para o uso da tecnologia da informação. *Revista de Administração Eletrônica*, 4(2), 1-25.
- Khattak, S. R, Saleem, Z., Khan, H. (2017). Relationship between Goal Orientation and Employee Creativity: A Mediating Role of Creative Self-Efficacy. *International Journal of Organizational Leadership* 6(1), 434-443.
- Lange, T. (2012). Job Satisfaction and Self-Employment: Autonomy or Personality?. *Small Business Economics*, 38(2) 165-177.

Liang, C., Hsu, Y., & Chang, C.-C. (2013). Intrinsic motivation as a mediator on imaginative capability development. *Thinking Skill and Creativity*, 8, 109–119.

Lobos, J. (1975). Teorias sobre a motivação no trabalho. *Revista de Administração de Empresas*, 15(2) 17-25.

Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction?. *Organizational Behavior and Human Desempenho*, 4(4), 309-336.

Malik, M. A. R., Butt, A. N, Choi, J.N. (2015). Recompensas e desempenho criativo empregado: efeitos moderadores de criativo auto-eficacy, importância recompensa, e Locus de controle. *Journal of comportamento organizacional*, 36, 59 – 74.

Neal, M. B., Chapman, N. J., Ingersoll Dayton, B., & Emlen, A. C. (1993). Family caregiver applications series, Vol. 3. Balancing work and caregiving for children, adults, and elders. Sage Publications.

Nohara, J. J., Acevedo, C. R., Ribeiro, A. F., & Silva, M. M. da. (2010). O teletrabalho na percepção dos teletrabalhadores. *INMR - Innovation & Management Review*, 7(2), 150-170.

PORTAL ABES.MERCADO BRASILEIRO DE SOFTWARE PANORAMA E TENDÊNCIAS . Disponível em: <http://www.abessoftware.com.br/dados-do-setor/estudo-2019--dados-2018>. Acesso em: 30 out. 2019.

Rodrigues, M. B. (2014). Trajetórias de vida e de trabalho flexíveis: o processo de trabalho pós-Braverman. *Cadernos EBAPE*, 12(4), 770-788.

Sakuda, L. O., & Vasconcelos, F. D. C. (2005). Teletrabalho: Desafios e Perspectivas. *O&S*, 12(33), 39-49.

Sangsuk, P., & Siriparp, T. (2015). Confirmatory factor analysis of a scale measuring creative selfefficacy of undergraduate students. *Procedia – Social and Behavioral*, 171, 1340-1344.

Santos Junior, S., Freitas, H., & Luciano, E. M. (2005). Dificuldades para o uso da tecnologia da informação. *Revista de Administração Eletrônica – RAE*, 4(2), ART 2º.

Schuster, M. Elisa. (2018). Mercado de trabalho tecnologia da informação: o perfil dos profissionais demandados. *LUME*,1(1), 1-1.

Shalley, C. E., & Zhou, J. (2004). The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here?.. *Journal of Management*, 30(6), 33–958.

Taberner, C., & Hernandez, B. (2011). Self-Efficacy and Intrinsic Motivation Guiding Environmental Behavior. *Environment and Behavior*. 43(5) 658–675.

Tamayo, A. (2000). Prioridades Axiológicas e satisfação no trabalho. *Revista de Administração*, 35(2) 37-47.

Tan, A. G., Li, J., & Rotgans, J. (2011). Creativity self-efficacy scale as a predictor for classroom behavior in a chinese student context. *The Open Education Journal*, 4, 90–94

Tierney, P., & Farmer, S. M. (2011). Creative self-efficacy development and creative desempenho over time. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 277.

Vallbona, M. C., & Mascarilla-miró, O. (2018). Job satisfaction : Te case of information technology (IT) professionals in Spain. *Universia business review*, 15(2), p. 36-51.

Vega, R. P., Anderson, A. J., & Kaplan, S. A. (2015). A Within-Person Examination of the Effects of Telework. *Journal of Business and Psychology*, 30(2), 313-323.

Rossiter, J. R. (2009). ER-SERVCOMPSQUAL: A measure of e-retailing servisse components quality. *Service Science*, 1(4), 212-224.

ZANARDI, Francieli; SILVEIRA, Sidnei Renato. Perfil dos Profissionais e das Empresa de Tecnologia da Informação (TI) da Cidade de Frederico Westphalen - RS. Anais do EATI , Rio Grande do Sul, v. 4, n. 1, p. 389-392, nov./2014.

APÊNDICE 1. Lista dos construtos e seus respectivos itens

| * SIGLA | MOTIVAÇÃO INTRÍNSECA | FONTE |
|---------|--|--|
| X MI1 | I prefer work I know I can do well over work that stretches my abilities. | Amabile, Hill, Hennessey, & Tighe (1994) |
| MI2 | I enjoy tackling problems that are completely new to me. | |
| MI3 | I enjoy trying to solve complex problems. | |
| MI4 | The more difficult the problem, the more I enjoy trying to solve it. | |
| MI5 | I want my work to provide me with opportunities for increasing my knowledge and skills | |
| MI6 | Curiosity is the driving force behind much of what I do. | |
| MI7 | I want to find out how good I really can be at my work. | |
| X MI8 | I prefer to figure things out for myself | |
| X MI9 | What matters most to me is enjoying what I do. | |
| MI10 | It is important for me to have an outlet for selfexpression. | |
| MI11 | No matter what the outcome of a project, I am satisfied if I feel I gained a new experience. | |
| X MI12 | I'm more comfortable when I can set my own goals | |
| MI13 | It is important for me to be able to do what I most enjoy. | |
| X MI14 | I enjoy relatively simple, straightforward tasks. | |
| MI15 | I enjoy doing work that is so absorbing that I forget about everything else. | |
| MI16 | Gosto de criar novos procedimentos para tarefas difíceis de pesquisa | |
| * SIGLA | AUTO EFICÁCIA CRIATIVA | FONTE |
| X AC1 | When I am confronted with a problem, I usually find several innovative and unique solutions | Schwarzer (1999) |
| X AC2 | With my creative skills, I can handle unforeseen situations. | |

| | | | |
|---|--------------|---|--|
| | AC3 | I have confidence in my ability to solve problems creatively | Tierney, & Farmer (2002) |
| | AC4 | This employee tries out new ideas and approaches to problems | |
| | AC5 | Confio que eu poderia lidar eficientemente com eventos inesperados | Amaro, Semprebon, Baron Junior, & Dezevecki (2016) |
| | AC6 | Graças a minha desenvoltura criativa, eu sei lidar com situações imprevistas. | |
| | AC7 | Eu posso solucionar muitos problemas de forma criativa se eu fizer o esforço necessário. | |
| X | AC8 | Eu consigo manter a calma quando me encontro em dificuldades porque eu confio em minhas habilidades para criar novas soluções | |
| | AC9 | Quando eu me confronto com um problema, eu sempre consigo encontrar novas soluções criativas. | |
| | AC10 | Se eu estou em um problema, eu posso normalmente encontrar uma solução criativa. | |
| | AC11 | Eu geralmente lido com as coisas sempre do meu jeito. | |
| X | AC12 | Eu acredito que consigo resolver problemas difíceis de forma criativa se eu me esforçar. | |
| X | AC13 | Se alguém se opõe a mim, eu sou capaz de encontrar formas criativas de conseguir o que eu quero. | |
| * | SIGLA | DESEMPENHO CRIATIVO | |
| X | PC1 | is open to and actively listens to others' ideas | Choi (2004) |
| X | PC2 | generates and presents new/fresh ideas, alternative explanations, different perspectives, or other creative solutions | |
| X | PC3 | integrates multiple perspectives or combines ideas or materials from different modules in a constructive manner. | |
| | PC4 | Tenho originalidade demonstrada no meu trabalho | Tierney, Famer, & Graen (1999) |
| | PC5 | Posso encontrar novos usos para métodos e equipamentos já existentes | |
| | PC6 | Sou uma pessoa criativa. | Araújo, Modolo, Carneiro Junior, & Vils (2017) |
| | PC7 | Sou uma pessoa que resolve problemas com criatividade. | |
| | PC8 | Ofereço soluções originais para resolver problemas do dia a dia. | |
| | PC9 | Quando tenho que enfrentar desafios, eu uso minhas habilidades criativas. | |
| | PC10 | Sou bom em criar ideias originais. | |
| | PC11 | Sempre considero soluções alternativas quando preciso resolver um problema que surge. | |
| | PC12 | Sempre penso em diferentes formas de fazer as coisas. | |
| | PC13 | Gosto de analisar um problema a partir de diferentes pontos de vista. | |
| X | PC14 | Pra mim é fácil pensar em diferentes ideias quando estou procurando responder a uma pergunta. | |