

Estratégias adotadas pelas empresas para motivar seus funcionários e suas conseqüências no ambiente produtivo

Camila Lopes Ferreira (UTFPR) camila@pg.cefetpr.br
Dr. Luiz Alberto Pilatti (UTFPR) lapilatti@pg.cefetpr.br
Dr. João Luiz Kovaleski (UTFPR) kovaleski@pg.cefetpr.br

Resumo

Este artigo foi desenvolvido com o intuito de verificar o que as empresas estão fazendo para motivar seus funcionários e como estes respondem a esses estímulos. Esta análise é relevante pelo fato da motivação estar relacionada com os profissionais de qualquer empresa. Para tanto, os alunos dos cursos superiores de Tecnologia em Alimentos, Automação Industrial e Processos de Fabricação Mecânica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Ponta Grossa responderam a um questionário. Os resultados da pesquisa mostraram que nem todas as empresas adotam alguma estratégia para motivar seus funcionários; e, aquelas que adotam nem sempre conseguem essa motivação. O ser humano é bastante complexo e descobrir as suas expectativas é realmente difícil, mas as organizações que se preocupam com a realização profissional de seus colaboradores, com certeza, conseguem atingir de maneira mais fácil seus objetivos.

Palavras chave: Motivação; Estratégias para motivar; Realização profissional.

1. Introdução

O maior patrimônio que qualquer organização tem é o capital humano, o qual quando bem utilizado trará os melhores resultados para qualquer instituição. Para se conseguir resultados através desse capital, temos que conhecer a sua motivação.

Motivação é um assunto preocupante dentro de qualquer empresa e em todos os níveis administrativos, pois pode ser utilizada como um recurso para se chegar à maior qualidade e produtividade, conseqüentemente maiores lucros.

As empresas, além de atrair funcionários para enriquecer seu quadro, também devem desenvolver estratégias para que estes permaneçam, trazendo assim benefícios para ambos.

Para conseguir sobreviver aos desafios do mundo moderno, seja empresário ou empregado, chefe ou operário, tem-se que gostar daquilo que se faz. Todos devem desempenhar as suas atividades comprometidos com resultados e motivados para caminharem para novos processos.

O presente artigo tem como objetivo fazer um levantamento das estratégias usadas em diversas empresas da cidade de Ponta Grossa, bem como ver o outro lado da motivação: estas estratégias adotadas estão realmente alcançando o efeito desejado? Os profissionais sentem-se motivados e estão trabalhando com um empenho maior?

O mercado de trabalho está exigindo cada vez mais profissionais que criem, ousem, inovem, vençam os desafios, tenham entusiasmo em tudo aquilo que fazem; isto faz com que tenha validade o estudo em torno da motivação. Os resultados através de pessoas motivadas são o caminho rumo à sobrevivência de qualquer empreendimento.

2. O fator humano nas organizações

A importância dada aos profissionais dentro das organizações vem sofrendo alterações ao longo do tempo. Antes o empresário via o trabalhador como um operário, o qual tinha que retribuir o seu salário trazendo o maior lucro possível para o empregador.

Hoje, o empresário continua querendo obter o maior lucro possível, mas dando um valor maior aos seus funcionários. Deixou-se de perceber o operário apenas como uma máquina, sendo visto agora como um colaborador do processo produtivo.

Para Ward (1998, p.118), “Tudo o mais permanecendo constante, se as pessoas estiverem altamente motivadas a obter resultados, administrá-las será uma tarefa que exigirá menos esforço...”

Essa visão é responsável pela importância de se dá à motivação. Para Megginson e Mosley (1998, p. 346) “Motivação é o processo de induzir uma pessoa ou um grupo, cada qual com necessidades e personalidades distintas, a atingir os objetivos da organização, enquanto tenta também atingir os objetivos pessoais.”

Deve-se mostrar ao profissional o quanto o seu trabalho é importante para o desenvolvimento da empresa na qual trabalha, deve-se ver o trabalhador como alguém que tem e investe o seu conhecimento. Esse conhecimento deve ser investido sabiamente pra que haja um bom retorno tanto para a organização quanto para o trabalhador.

Esse investimento corre por conta do trabalhador e não da empresa, pois é ele quem o possui e quem deve decidir onde, quando e como deve aplicá-lo. Como não poderia deixar de ser e como em qualquer tipo de investimento, alguns saberão investir mais e com maior eficiência que outros.

É aí, mais uma vez, que entra a motivação, tentando despertar em cada funcionário um estímulo a mais do que ele já possui.

Segundo Minicucci (1992, p. 228) “Em uma sociedade de produção em massa, o empreendimento de motivar as pessoas a trabalhar não constitui uma tarefa fácil, visto que muitos obtêm pouca satisfação pessoal em seus empregos e auferem pouco senso de realização e criatividade.”

Vemos muitas pessoas não comprometidas com a empresa, não desempenhando suas atividades com eficiência, procurando novas oportunidades de trabalho, buscando sempre a sua realização profissional. Varia de empresa para empresa a forma que será escolhida para tentar reter esse funcionário, seja através de recompensas financeiras, benefícios, participação nos lucros, assistência médica, planos de saúde, entre outros. Em outras palavras, motivar para a empresa é a estratégia que a mesma utiliza para premiar seus colaboradores pelo seu investimento.

Motivar é incentivar, estimular, induzir ou até mesmo provocar uma pessoa a agir de determinada forma. Essa preocupação em motivar os funcionários para que eles atinjam objetivos organizacionais deve levar em consideração, antes de tudo, a compatibilidade entre estes e sua realização pessoal. Um funcionário realizado profissionalmente contribuirá muito mais na consecução das estratégias empresariais.

3. A pesquisa

Para levantamento dos dados foi feito um questionário com os alunos dos cursos superiores de Tecnologia em Alimentos, Automação Industrial e Processos de Fabricação Mecânica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Campus Ponta Grossa.

Este questionário tinha dois aspectos a serem estudados:

- em primeiro plano, as estratégias que as empresas estavam adotando com o objetivo de motivar seus funcionários; e,
- em segundo plano, as conseqüências dessas estratégias no comportamento dos funcionários.

4. Resultados da pesquisa

O primeiro questionamento foi feito para verificar se os alunos estavam trabalhando ou não, onde chegou-se à conclusão que:

- 45,0% dos alunos do curso de Alimentos trabalham. Deste total, 26,8% são estagiários e 73,2% são funcionários.
- 80,8% dos alunos do curso de Automação Industrial trabalham. Deste total, 28,6% são estagiários e 71,4% são funcionários.
- 76,1% dos alunos do curso de Processos de Fabricação Mecânica trabalham. Deste total, 20,4% são estagiários e 79,6% são funcionários.

Através desta resposta pode-se constatar que 67,3% do total dos alunos questionados já fazem parte do mercado de trabalho.

Para se ter uma idéia do tempo que os mesmos já estão inseridos neste mercado, apresenta-se os seguintes resultados:

TABELA 1 – Tempo que o aluno está atuando no mercado de trabalho

Tempo que o aluno está trabalhando nesta empresa	Alimentos	Automação Industrial	Processos de Fabricação Mecânica
Menos de 1 ano	33,3%	25,0%	17,4%
De 1 a 2 anos	18,0%	20,0%	15,2%
De 2 a 3 anos	20,5%	10,0%	17,4%
De 3 a 4 anos	2,6%	5,0%	8,7%
De 4 a 5 anos	7,7%	5,0%	8,7%
De 5 a 6 anos	5,1%	5,0%	4,4%
De 6 a 7 anos	5,1%	5,0%	8,7%
De 7 a 8 anos	5,1%	5,0%	-
De 8 a 9 anos	-	10,0%	13,0%
De 9 a 10 anos	-	5,0%	2,1%
Mais de 10 anos	2,6%	5,0%	4,4%

Percebe-se que os alunos não estão inseridos há muito tempo no mercado de trabalho e não apresentam motivação para desempenhar as suas atividades, visto que não estão realizados profissionalmente como apresentam os resultados a seguir:

- Apenas 31,3% dos acadêmicos sentem-se realizados profissionalmente com suas atividades.

Outro item analisado, segundo as respostas dos alunos, é que:

- Somente 44,9 % das empresas adotam alguma estratégia para tentar motivar seus funcionários.

Entre as estratégias observadas pelos trabalhadores, tivemos o seguinte resultado:

Tabela 2: Estratégias usadas pelas empresas para motivar funcionários

Estratégia adotada pelas empresas para motivar seus funcionários	Freqüência
Participação nos lucros	40,9%
Treinamento	36,3%
Plano de carreira	9,0%
Objetivos desafiadores	2,3%
Prêmios	2,3%
Disponibiliza um tempo para estudo	2,3%
Investe no lazer	2,3%
Liberdade nas atividades	2,3%
Investe na qualidade de vida	2,3%

Após a aplicação destas, ainda nota-se que os funcionários não respondem ao esperado. Por exemplo:

- a) 43,9% dos funcionários acham que estas estratégias motivam o seu comportamento.
- b) Quando perguntou-se sobre o que eles achavam sobre a motivação dos colegas de trabalho, a situação é praticamente a mesma; pois, segundo a visão dos questionados, apenas 43,1% dos seus colegas de trabalho se sentem motivados.
- Para esses funcionários o que motivaria o seu comportamento seria:

Tabela 3: O que os funcionários julgam que os motivaria profissionalmente

O que motivaria...	Freqüência
Salário maior	31,6%
Reconhecimento	27,4%
Relacionamentos melhores na empresa	14,7%
Ambiente de trabalho	8,4%
Plano de carreira	7,4%
Incentivo	6,3%
Novos desafios	2,2%
Lazer	1,0%
Prazer nas atividades	1,0%

Pode-se perceber que por mais que a empresa adote participação nos lucros, o que os funcionários realmente queriam era um salário maior.

Outra questão importante, é que não é só a recompensa financeira que o funcionário deseja, ele quer, também:

- ser reconhecido pelo seu trabalho;
- ter um bom relacionamento entre as pessoas com as quais trabalha;
- ter um ambiente de trabalho agradável;
- crescer dentro da empresa;
- ser incentivado sempre;
- ter novos desafios a serem vencidos;
- ter momentos de lazer proporcionados pela empresa; e,
- sentir prazer naquilo que ele faz.

5. Conclusão

Com o resultado da pesquisa, observa-se que as empresas que buscam motivar seus funcionários, muitas vezes não conseguem este resultado. Não basta aplicar estratégias, tem-se que saber como aplicar e que tipos de estratégias trarão maiores resultados, não sendo utilizadas como forma de controle, e sim, de valorização e estímulos.

Os profissionais acreditam que maior parte das empresas não faz nada para motivá-los, apenas querem que eles trabalhem e trabalhem cada vez mais.

Um trabalhador comprometido com o seu trabalho é objeto de desejo de qualquer organização, pois valoriza o que faz, preocupa-se com os resultados e tem um melhor desempenho. Para isso, é necessário proporcionar-lhe oportunidades de crescimento dentro da empresa, reconhecimento e a chance de aprender e adquirir novos conhecimentos, para que a partir daí, envolva-se mais com o trabalho e comprometa-se com a organização gerando assim, estratégias vencedoras.

6. Referências

CHIAVENATO, I. **Administração** nos novos tempos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MEGGINSON, L.C.; MOSLEY, D.C.; PIETRI JR, P.H. **Administração**: conceitos e aplicações. São Paulo: Harbra, 1998.

MINICUCCI, A. **Psicologia aplicada à administração**. São Paulo: Atlas, 1992.
WARD, M. **50 Técnicas Essenciais da Administração**. São Paulo: Nobel, 1998.