

A MOTIVAÇÃO COMO FATOR DETERMINANTE PARA O AUMENTO DA PRODUTIVIDADE

MOTIVATION AS A FACTOR FOR DETERMINING INCREASED PRODUCTIVITY

Ailton Nascimento Silva

Bacharel em Administração/Faculdade Santo Agostinho
Teresina, Piauí, Brasil

Dayanna Salette Soares

Bacharel em Administração/Faculdade Santo Agostinho
Teresina, Piauí, Brasil

Sônia Maria Pedroso de Oliveira

Bacharel em Administração/Faculdade Santo Agostinho
Teresina, Piauí, Brasil

Maria Auxiliadora Pereira da Cruz*

Mestra em Administração/Universidade Federal da Paraíba
Professora do Centro de Ensino Unificado de Teresina
E-mail: madoracruz@gmail.com
Teresina, Piauí, Brasil

*Endereço: Maria Auxiliadora Pereira da Cruz

Centro de Ensino Unificado de Teresina, Coordenação do Curso de Administração, Av. dos Expedicionários,
790 - São João, Teresina, PI - Brasil, CEP: 64046-700.

Editores-chefe: Dra. Marlene Araújo de Carvalho/Faculdade Santo Agostinho

Artigo recebido em 21/05/2012. Última versão recebida em 10/06/2012. Aprovado em 11/06/2012.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double BlindReview (avaliação cega por dois avaliadores da área).

RESUMO

Este artigo fez uma análise dos fatores motivacionais determinantes para o aumento da produtividade nas indústrias de Teresina – PI, mais especificamente no setor de corte da empresa Guadalajara S/A. Para isso foi identificado o perfil e o nível de satisfação dos profissionais do setor, assim como, avaliados as práticas implantadas no ambiente de trabalho, envolvendo sentimento de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional. O método usado no trabalho foi o qualitativo, o tipo de pesquisa foi à exploratória descritiva, a coleta de dados foi realizada através de questionários no qual os colaboradores tiveram a oportunidade de expor de forma clara e objetiva os fatores que eles consideram responsáveis pela motivação, como bom relacionamento interpessoal, os incentivos oferecidos pela empresa, ambiente de trabalho adequado e serviços médicos. Os resultados deste estudo demonstraram que os colaboradores do setor de corte da empresa estudada encontram – se em um nível elevado de motivação determinada por dois fatores: a satisfação por fazerem parte da empresa e por terem um bom relacionamento no ambiente de trabalho, proporcionando resultados positivos em termos de aumento da produtividade.

Palavras-chave: Motivação. Produtividade.

ABSTRACT

This article brings an analysis of the motivation factors that are responsible for the increase of the productivity in the companies of Teresina Piauí - Brazil, more specifically in the Cutting section of a clothing industries, in a company called Guadalajara S/A. It was identified the profile and the level of satisfaction of the professionals in the sector, as well as, evaluated the practical used in the work environment, involving feeling of accomplishment, growth and professional recognition. The used method in the work was the qualitative one, the type of research was explorative and descriptive, the collection of information was made through questionnaires in which the employees had had the opportunity to clearly show the factors that they consider responsible for their motivation, as such as: a good interpersonal relationship, the incentives offered by the company, adequate work environment and medical assistance. The results of this study had demonstrated that the collaborators of the Cutting Section of the studied company are considered in a high level of motivation, which is determined by two factors: the satisfaction for being part of the company and having a good relationship in the environment of work, providing positive results in the increase of the work productivity.

Keywords: Motivation. Productivity.

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento das organizações torna cada vez mais necessárias as empresas buscarem fatores que motivam os colaboradores e assim aumentar a produtividade.

É possível compreender a motivação como resultado da busca pela satisfação das necessidades e desejos naturais das pessoas, levadas a agir por um impulso interno, por uma necessidade interior. Neste caso existe vontade própria para alcançar o objetivo e motivação, que pode ser transformada em movimento permanente por meio da doutrinação. Tal fato mobiliza a pessoa a agir, com determinado empenho, na busca de atingir os objetivos pessoais com ênfase na organização.

A escolha deste tema se justifica pela crença de que a motivação do comportamento humano garantirá um ambiente organizacional agradável, com pessoas qualificadas, satisfeitas e envolvidas com o trabalho, gerando uma boa cidadania organizacional. Estes fatores são considerados essenciais para o aumento da produtividade e crescimento pessoal no momento em que a empresa reconhecer o capital humano como fator determinante para o seu desenvolvimento.

O objetivo principal desta pesquisa consistiu na análise dos fatores motivacionais determinantes para o aumento da produtividade dos colaboradores do setor de corte da empresa Guadalajara, localizada em Teresina-PI. Para atingir este propósito foi identificado e analisado o perfil e o nível de satisfação dos profissionais do setor, bem como, avaliado as práticas implantadas no ambiente de trabalho, envolvendo sentimento de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional.

Os resultados deste estudo demonstraram que os colaboradores do setor de corte da empresa Guadalajara encontram – se em um nível elevado de motivação determinada por dois fatores: a satisfação por fazerem parte da empresa e por terem um bom relacionamento no ambiente de trabalho, com reflexos positivos no aumento da produtividade.

1.1 Evolução do Conceito de Motivação

Algumas empresas costumam ter custos elevados com programas motivacionais, no entanto, a realidade mostra que nem sempre essas ações conseguem elevar os índices de comprometimento e satisfação interna dos colaboradores. Isso ocorre porque as organizações esquecem que a motivação deve ser vista como um processo contínuo e não apenas trabalhada momentaneamente. É preciso que as pessoas entendam como são importantes para o negócio

e como as atividades que exercem tem papel fundamental no desenvolvimento e crescimento organizacional.

Chiavenato (2002, p. 86) afirma que:

o termo motivação envolve sentimento de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional, manifestados, por meio de exercício das tarefas e atividades que oferecem suficiente desafio e significado para o trabalho”.

Porém quando o colaborador tem essa visão do seu valor, sua atitude muda, seu desempenho melhora e ele se torna mais produtivo.

Segundo Herzberg existem dois fatores motivacionais: os fatores extrínsecos que englobam salários, benefícios sociais e ambiente de trabalho; e os fatores intrínsecos que envolvem sentimentos, reconhecimento profissional e auto-realização. De modo geral, as empresas têm percebido que não basta somente oferecer benefícios e prêmios para manter as pessoas motivadas, é indispensável que cada colaborador sinta-se parte da organização e que sua contribuição é única e fundamental, isso faz com que cada um sinta-se satisfeito com o trabalho que realiza. Robbins (2002, p. 67), corrobora com essa prática quando afirma que:

Uma pessoa que tem um alto nível de satisfação com seu trabalho apresenta atitude positiva em relação a ele, enquanto que àquela insatisfeita, apresenta atitude negativa. Quando se fala em atitude do trabalhador, quase sempre se refere à satisfação com o trabalho.

Muitas vezes alguém que trabalha na linha de produção de uma fábrica não consegue ver o produto final, com isso, trabalha apenas para ganhar algum dinheiro para pagar as contas e esperar chegar o próximo mês. Pois quando o colaborador enxerga dentro de si qual é o propósito daquilo está fazendo, sua produtividade com certeza irá melhorar e ele irá trabalhar em busca do seu sucesso e do sucesso organizacional.

2 AS PRINCIPAIS ABORDAGENS TEÓRICAS

Não se pode falar em motivação sem citar a proposta de Maslow, que concebe a motivação como algo constante, infinito e complexo encontrado em todos os seres humanos. Assim este teórico propõe grupos de desejos e impulsos e cria categorias fundamentais que classificam de modo abstrato os objetivos humanos através da “pirâmide das necessidades” que são: as necessidades fisiológicas, as necessidades de segurança, as necessidades sociais e de amor, as necessidades de auto-estima e as necessidades de auto-realização que surge

somente quando o indivíduo alcançou a satisfação de todas as outras categorias de necessidades.

Nesse aspecto, Maslow inclui a tendência de homem à expressão de seu potencial único presente em cada ser humano: “A necessidade de realização total é o desejo de chegar a ser, cada vez mais, o que se é”. Embora a teoria de Maslow seja uma das mais conhecidas, existem poucas pesquisas sobre suas predições do comportamento humano.

Existe também a teoria dos dois fatores segundo Herzberg, que em seus trabalhos abordou o estudo das teorias de motivação já existentes e conduziu uma pesquisa, através de entrevistas com 200 indivíduos, entre eles engenheiros e contadores, que se tornou famosa entre os estudiosos da motivação.

O resultado dessa pesquisa indicava que o homem tem dois blocos de necessidades: o de natureza intrínseca e o outro de natureza extrínseca. Esses dois blocos levaram Herzberg a formular a teoria dos dois fatores: os fatores motivacionais (intrínsecos) e os fatores de higiene (extrínsecos). Assim, fatores motivadores são: crescimento, progresso, responsabilidade, o próprio trabalho, o reconhecimento e a realização. E fatores higiênicos são: segurança, status, relacionamento com os subordinados, relacionamento com os colegas, relacionamento com o supervisor, vida pessoal, salário, condições de trabalho, supervisão, política e administração de empresa. Assim, pode-se estabelecer uma comparação entre os fatores da teoria de Herzberg e a hierarquia de necessidades de Maslow.

Nessa pesquisa, evidenciou-se também a Teoria da determinação de Metas de Edwin Locke que foi baseada na necessidade que as pessoas têm de vislumbrar objetivos claros e diretrizes bem definidas com a definição de metas claras e específicas para os trabalhadores, contribuindo para a satisfação das necessidades dos indivíduos.

Nessa teoria o gestor tem um papel importante que será o de definir e classificar metas para seus liderados, fornecendo *feedback* adequado aos mesmos por meio do supervisor, ajudando-os a manter seu desempenho alinhado com os objetivos da organização. É importante também o *feedback* autogerado, que oferece meios para os empregados avaliarem seus progressos e a afetividade de seus esforços.

Essa teoria motivacional de Locke tem implicações fortes na avaliação de desempenho e aferições de produtividade, embora ainda não haja evidências de pesquisas que a relacionem com aspectos de satisfação do trabalhador. Essa teoria também é sujeita a implicações advindas da cultura do país de localização da organização.

3 PRODUTIVIDADE

Considera-se a produtividade como efeito, e não como causa da administração de vários recursos. Ela é uma relação mensurável entre o produto obtido (resultado ou saída) e os recursos empregados na produção. No que tange aos recursos humanos, a produtividade do trabalho humano é igual ao quociente da relação de uma produção pelo tempo nela empregado, dependendo do esforço realizado e do método racional, e, sobretudo do interesse e motivação das pessoas. O desconhecimento desses últimos aspectos é a razão dos resultados pouco relevantes das técnicas de produtividade da mão-de-obra direta.

Como vivemos em um mundo altamente dinâmico e competitivo, estamos a todo o momento quebrando paradigmas e temos a necessidade de avaliarmos os procedimentos, sejam para melhorias constantes, como para avaliar e corrigir problemas. Torna-se cada dia mais necessário nas empresas o aumento da produtividade, fazendo com que a equipe produza cada vez mais sem afetar a satisfação no trabalho, pois para uma empresa ser lucrativa, ela precisa obter a melhor utilização de seus recursos, sejam eles pessoas, equipamentos ou materiais.

Para otimizar esta utilização é necessário conhecer os objetivos da empresa para que se possa atuar de forma a obter ganhos de produtividade alinhados as necessidades, através da identificação de problemas e suas causas para que possa tomar decisões acertadas, direcionando suas ações para o aumento da produtividade e lucratividade da empresa, utilizando os recursos que dispõe para alcançar aquilo que almeja.

4 METODOLOGIA

Essa pesquisa é do tipo exploratória e descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa. Nesse estudo foi utilizada a técnica de estudo de caso, pesquisa bibliográfica e de campo.

Esta pesquisa foi realizada no contexto das grandes das Indústrias de Teresina-PI, mais especificamente no setor de corte da empresa Guadalajara S/A.

Os participantes foram os gestores e colaboradores do setor de corte da referida empresa referida.

Os dados desta pesquisa foram coletados por meio de questionários e conversas informais e analisados através da utilização da técnica de análise de conteúdo e método estatístico simples.

5 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

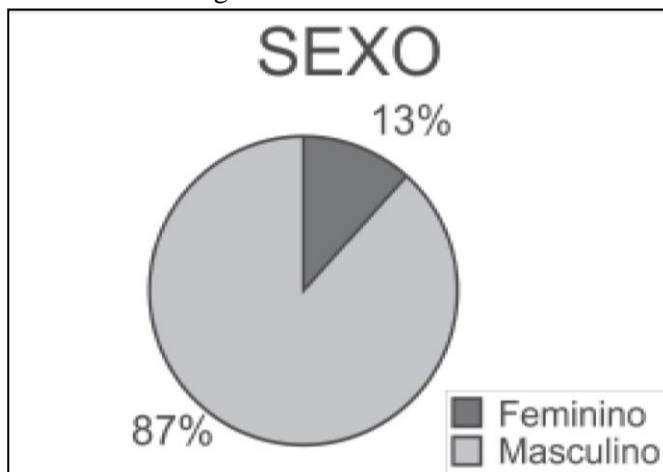
A Empresa Guadalajara S/A, Indústria de Roupas, localizada à Av. Getúlio Vargas, 1200 Bairro Tabuleta - Teresina – Piauí, entrou no mercado piauiense em 1975 pelos seus fundadores e Idealizadores João Claudino e Valdeci Claudino, tendo como um dos seus objetivos atender apenas o mercado local. Com o passar do tempo, cresceu a aceitação dos seus produtos nas lojas sendo necessário ampliar o raio de atuação para o mercado nacional, passando, num curto espaço de tempo, a ser uma das marcas mais conhecidas do país. À medida que o negócio apresentava sinais de sucesso e a produção aumentava, decidiram investir em estratégias de natureza tecnológicas, de pessoal e de marketing, fatores estes, decisivos, na constituição de uma empresa com uma forte marca.

6 RESULTADOS

O objetivo principal desta pesquisa foi analisar os fatores motivacionais e os determinantes do aumento da produtividade do setor de corte da empresa Guadalajara em Teresina-PI. Para tanto foi identificado e analisado o perfil e o nível de satisfação dos profissionais do setor, bem como, avaliado as práticas implantadas no ambiente de trabalho, envolvendo sentimento de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional.

A coleta dos dados foi feita através de conversas informais e questionários aplicados junto aos gestores e 40 (quarenta), colaboradores do setor de corte da empresa Guadalajara S/A, no dia 12 de dezembro de 2005, sendo que destes, 30 (trinta) responderam aos questionários, cujos resultados serão apresentados a seguir:

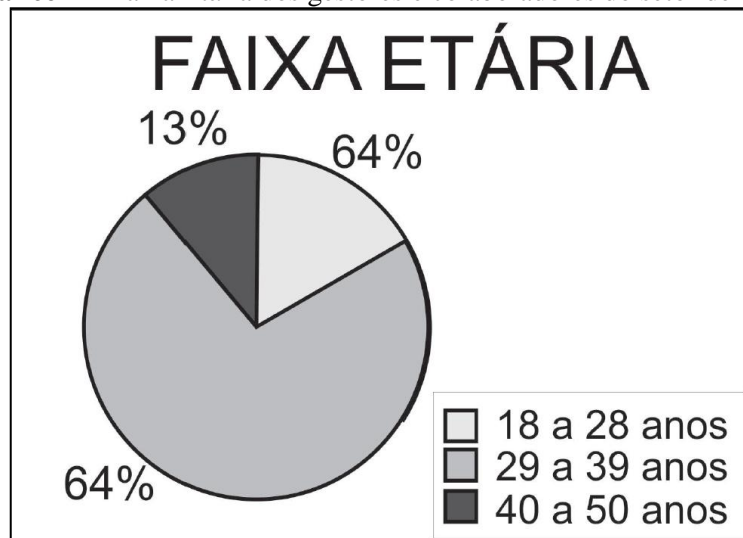
Gráfico 1 – Sexo de gestores e colaboradores do setor de corte.



Fonte: Empresa Guadalajara S/A, Teresina-PI, 2005.

Conforme Gráfico 1, 87% dos colaboradores do setor de corte são do sexo masculino e 13% são do sexo feminino.

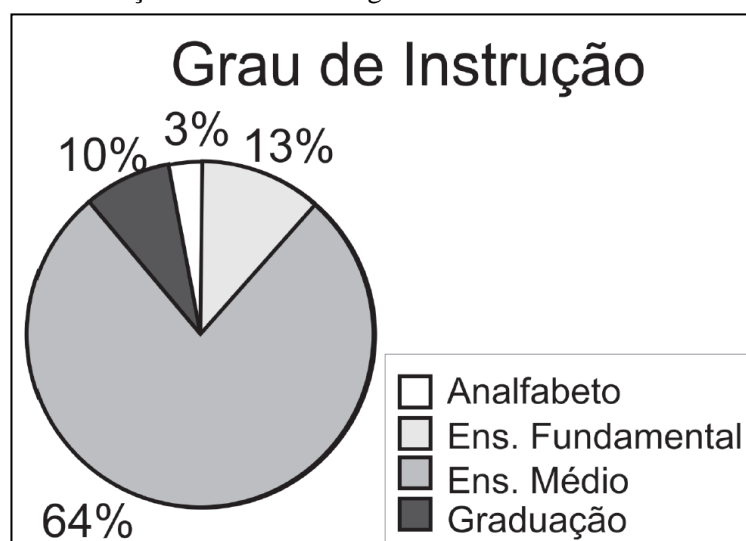
Gráfico 2 – Faixa Etária dos gestores e colaboradores do setor de corte.



Fonte: Empresa Guadalajara S/A, Teresina-PI, 2005.

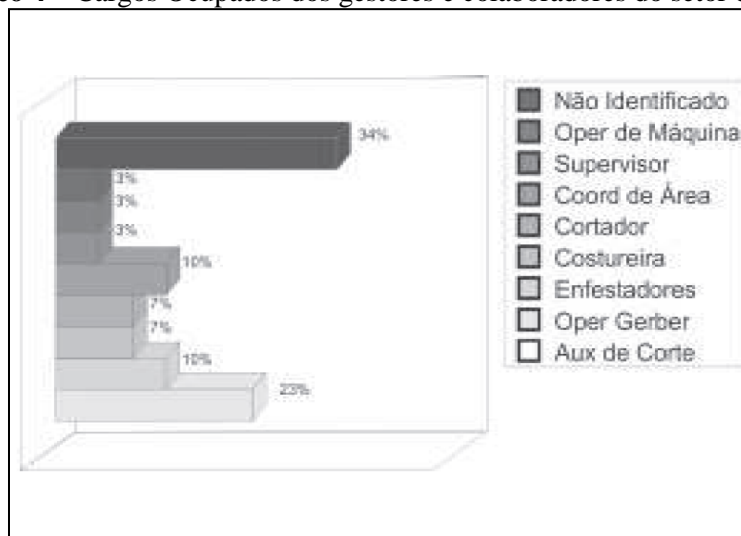
O Gráfico 2 demonstra que 64% dos colaboradores encontram-se com faixa etária de 29 a 39 anos, 23% de 18 a 28 anos e 13% entre 40 a 50 anos.

Gráfico 3 – Formação Acadêmica dos gestores e colaboradores do setor de corte.



Fonte: Empresa Guadalajara S/A, Teresina-PI, 2005.

O Gráfico 3 evidencia que 74% dos colaboradores concluíram o ensino médio, 13% concluíram apenas ensino fundamental, 10% são graduados e 3% são analfabetos.

Gráfico 4 – Cargos Ocupados dos gestores e colaboradores do setor de corte.

Fonte: Empresa Guadalajara S/A, Teresina-PI, 2005.

O Gráfico 4 demonstra que 34% dos respondentes não identificaram o cargo, 23% são auxiliares de corte, 10% são cortadores, 10% operador de gerber, 7% enfestadores, 7% são costureiras, 3% operadores de máquinas, 3% são coordenadores de áreas e 7% são supervisores.

7 DISCUSSÕES

Avaliando o nível de satisfação dos colaboradores deste setor, obtiveram-se os seguintes resultados:

A maioria dos colaboradores (93%) sente-se satisfeitos em fazer parte de uma empresa do porte da Guadalajara, por ter uma ampla aceitação no mercado. E esta maioria afirma está motivados em trabalhar na empresa pelas oportunidades de crescimento oferecido e bom relacionamento interpessoal, que faz com que os mesmos contribuem com a equipe, respeitando os colegas buscando entender as diferenças, sabendo ouvir e entender a opinião do outro.

93% dos colaboradores responderam que o funcionário motivado produz mais e segundo eles a empresa está sempre buscando adequar o ambiente de trabalho para que seja favorável ao desempenho produtivo.

A maioria dos colaboradores sugere a volta do benefício prêmio produtividade e reajuste salarial para torná-los ainda mais motivados e conseqüentemente mais produtivos.

100% dos colaboradores afirmaram que somente o salário não é suficiente para motivá-los. A maioria cita relacionamento interpessoal, reconhecimento profissional,

ambiente de trabalho adequado e incentivos oferecidos pela empresa, como premiação falta zero e serviços médicos como fatores de suma importância para a motivação.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após estudo dos vários teóricos acerca deste tema concluiu-se que a motivação das equipes de trabalho é essencial para o crescimento e desenvolvimento organizacional e que vários fatores motivacionais determinam o aumento da produtividade e o crescimento profissional como a política salarial, as condições ambientais de trabalho em termos de estrutura física e de equipamentos, bom relacionamento interpessoal, reconhecimento profissional, ambiente de trabalho saudável e seguro, incentivos à qualificação profissional e benefícios oferecidos pela empresa, como plano de saúde, etc.

Após pesquisa de campo realizada no setor de corte da empresa Guadalajara em Teresina – PI, concluiu-se que os colaboradores deste setor encontram-se em um nível elevado de motivação e que dentre os fatores apresentados nos resultados, dois foram apontados como determinantes para o aumento da produtividade: a satisfação por fazerem parte da empresa e por terem um bom relacionamento no ambiente de trabalho.

Sugere-se que seja implementado como estratégia motivacional o benefício de prêmio por produtividade e reajuste salarial, solicitado pelos colaboradores, visando torná-los mais motivados e conseqüentemente mais produtivos.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. **Recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 1999.

História, missão e cidadania da empresa. 2003. Disponível em: <<http://www.onijean.com.br>>. Acessado em: 18 jun. 2011.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. **Português instrumental**. Porto Alegre: Sagra Luzato, 2002.

Motivação nas empresas. São Paulo. Disponível em: <<http://www.geocities.com/TextosMotivacao/motivacaonasempresas.html>>.

SIQUEIRA-NETO, A. C. **A motivação na gestão da qualidade total**. 2004. Disponível em: <<http://www.perspectiva.com.br/leitura>>. Acessado em: 22 jun. 2011.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pentice Hall, 2002.

SEVERINO, J. A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2002.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

VIANA, A. C. et al. **Roteiro de redação: lendo e argumentando**. São Paulo: Scipione, 2003.