

Motivação

O conceito de motivação é muito extenso e complexo, pois não existe uma regra geral, como uma receita de doce, na qual os ingredientes são misturados na medida certa e com tempo de preparo definido. São ações diversas, que contemplam um universo de inúmeros fatores, que têm que ser dirigidos especificamente para cada caso, conforme a atividade empresarial, o perfil dos colaboradores, as ações tomadas anteriormente neste sentido, o perfil do empresário (se exerce administração autocrática ou participativa). Enfim, depende da aceitação do empresário em implantar ações que motivam; avaliar o resultado destas ações e constantemente promover a manutenção e/ou o aperfeiçoamento das mesmas.

Conceitualmente, motivação é formada por uma tríade composta de: benefícios/incentivos/treinamento. Tem que ser harmonizada por estes três elementos. De nada adiantará o empresário oferecer treinamento e especialização, se não oferecer também atrelados a estes, benefícios e incentivos. Caso contrário, só estará proporcionando a concorrência entre profissionais mais qualificados, nos quais investiu em capacitação. Porém, não conseguirá mantê-los por falta de alguns acessórios complementares que os mantenha constantemente motivados. Então, enumeramos algumas formas de motivação envolvendo individualmente os elementos motivadores, não esquecendo, porém, que são integrantes de uma tríade que tem que ser harmonizada entre si:

- **Benefícios:** consiste basicamente numa complementação salarial; é conhecida, no campo empresarial, como salário indireto e pode ser representado por inclusões de produtos e/ou serviços que o funcionário deveria pagar por ele em caso de uso. Como exemplo, podemos citar:

- convênio de assistência médico-hospitalar/odontológica;
- ticket refeição;
- vale-transporte;
- vale-compras;
- parcerias com clubes e entidades;
- convênios de descontos para medicamentos;
- cesta básica;
- creche;
- uniforme e material escolar para os dependentes.

- **Incentivos:** são ações que dependem da criatividade do empresário, pois é necessário o conhecimento do perfil dos seus colaboradores, suas necessidades, ambições, carências e o grau de profissionalismo. Como exemplo, podemos citar:

- premiações por metas alcançadas (bônus sobre produtos, comissão sobre totalidade de vendas, viagens com a família, jantares, churrasco de confraternização, etc.);
 - dialogar constantemente com a equipe de colaboradores (de preferência reuniões com o grupo, ouvindo e avaliando sugestões);
 - dimensionar a estrutura para que nenhum componente do grupo possa se sentir prejudicado ou com carga excessiva de serviço;
 - elogios (carta pessoal; referendos para o grupo; cartaz afixado com foto, nome e motivo da ação; etc.);
 - manter corpo-a-corpo diário com os colaboradores transmitindo segurança e energia positiva.
- **Treinamento:** significa capacitar, proporcionar maior conhecimento específico da atividade, para obter um maior grau de profissionalismo da equipe, e com isso, transmitir ao cliente maior segurança no atendimento. Todo e qualquer meio, adotado como forma de aprendizado, pode e deve ser estimulado e motivado, desde:
- cursos;
 - palestras;
 - feiras;
 - seminários;
 - exposições;
 - workshops;
 - leituras;
 - visitas a concorrentes, etc.

Concluindo, investir em treinamento dos funcionários com a finalidade de capacitá-los, significa promover uma mudança de comportamento e de qualificação, visando melhor atender ao cliente com padrões diferenciados dos concorrentes. Portanto, o processo de motivação deverá ser sempre acompanhado e avaliado, para que o mesmo seja contínuo, modificado, aperfeiçoado e possa gerar resultados positivos, sem acomodação e principalmente sem criar vícios, ou permitir interferências que possam prejudicá-lo.

Gilberto Rose
Consultor - Sebrae-SP