



MOTIVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO DA FLORICULTURA VITÓRIA RÉGIA EM 2011

Ricardo Messias Santos

Faculdade São Luís de França, Administração,

ricardomessiase@hotmail.com

RESUMO

A falta de incentivo é um fator que vem atingindo diariamente a vida de muitas pessoas. Na maioria da vezes é gerada pela falta de reconhecimento, salário inadequado, condições insatisfatórias para exercer a atividade e discordância da política da empresa, Analisando as consequências da desmotivação da gestão da Floricultura Vitória Régia na motivação dos colaboradores. A pesquisa caracterizou-se como exploratória descritiva quanto aos objetivos, pois conforme dados levantados na própria empresa e junto aos seus funcionários foi realizada uma descrição destes fatos, a motivação não será conseguida senão dentro da medida em que se esteja atento com dimensão de ordem interior, a única coisa que se pode fazer para manter pessoas motivadas é conhecer suas necessidades.

Palavra-chaves: Desmotivação. Motivação. Satisfação.

ABSTRACT

The lack of incentive is a factor that has reached the daily lives of many people. Most often it is triggered by lack of recognition, inadequate wages, poor conditions for performing the activity and disagreement of company policy, analyzing the consequences of the motivation of the management of Flowers Lilies in motivating employees. The survey characterized as exploratory descriptive of the aims, because according to data collected in the company and among its employees was made a description of these facts, the motivation will not be achieved only within the extent that they watch with inner dimension of order The only thing you can do to keep people motivated is to know your needs.

Keyword: Demotivation. Motivation. Satisfaction.

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa da desmotivação é uma maneira de acompanhar continuamente como os funcionários sentem-se em seu ambiente de trabalho avaliando sua evolução e verificando quais aspectos que necessitam de maior atenção. A importância desse estudo irá proporcionar um grande conhecimento na área de recursos humanos, e a aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso acadêmico, a empresa poderá melhorar o ambiente de trabalho adotando estratégias incentivadoras que são de importância para a satisfação dos colaboradores internos a ação do conhecimento a satisfação e motivação das pessoas que trabalham na empresa.

A desenvolver um estudo para identificar a desmotivação dos colaboradores da floricultura, surgiu a partir da necessidade de se observar na prática a insatisfação tais como reclamações e discussões durante o expediente de trabalho, e por haver o interesse do acadêmico em melhorar esses fatos para alcance dos objetivos estabelecidos, motivos estes que justificam o desenvolvimento dessa pesquisa. Sendo assim com as pesquisas que foram realizadas a empresa poderá saber o que é melhor para que seus funcionários demonstre satisfação nas tarefas desempenhadas.

O estudo de satisfação é uma maneira de acompanhar continuamente como os funcionários sentem-se em seu ambiente de trabalho, avaliando sua evolução e verificando quais aspectos que necessitam de atenção, o objetivo geral é analisar as consequências da desmotivação da gestão da Floricultura Vitória Régia na motivação dos colaboradores, com os objetivos específicos de identificar fatores de motivação para a gestão da Floricultura Vitória Régia, verificar pontos de desmotivação para a gestão da Floricultura Vitória Régia, identificar pontos de motivação para os colaboradores, verificar fatores de desmotivação para os colaboradores, a pesquisa caracterizou-se como exploratória descritiva quanto aos objetivos, pois conforme dados levantados na própria empresa e junto aos seus funcionários, foi realizada uma descrição destes fatos.

2. REFLEXÕES SOBRE MOTIVAÇÃO

Para Lewin (1999), toda necessidade cria um estado de tensão no indivíduo, uma predisposição à ação, sem nenhuma direção específica. Quando um objeto

exequível é encontrado, ele adquire uma valência positiva, e um vetor é despertado para dirigir locomoção para o objeto. Quando a tensão é excessiva (muita fome, por exemplo), ela pode tumultuar a percepção do ambiente e desorientar o comportamento do indivíduo. Se surgir uma barreira, ocorrerá a frustração pelo não-alcance do objetivo, provocando aumento da tensão e levando a um comportamento ainda mais desorientado.

Hawthorne (1999), veio demonstrar que o pagamento, ou recompensa salarial mesmo quando efetuado em bases juntas ou generosas não é o único fator decisivo na satisfação do trabalhador dentro da situação de trabalho.

Aquilo que é considerado como vida no trabalho não é somente aquela parte do trabalho aprisionada pelo emprego em si, mas também parece enfatizar uma noção de trabalho que, segundo Marcuse (2006), negligencia qualquer ligação entre o trabalho e a existência humana.

Bowditch (2006), através da motivação, a falta de sentido do trabalho é substituída ou traduzida pela seguinte questão: “como é possível que as pessoas atuem e produzam sob condições nas quais elas normalmente não estariam motivadas a trabalhar”?

Bowditch (2009), as abordagens científicas, portanto, não mais podem levar em conta a própria subjetividade das pessoas. Elas explicam o ser humano em termos mecânicos, como entidades desconectadas de sentido e da sociedade, e com preocupações que não vão além da satisfação das necessidades individuais primárias.

Qualquer tipo de tensão no indivíduo ou seja, fome, cansaço etc..., ele não progride e tumultua seu ambiente, é ficar desorientado aumentando sua desorientação o frustrando pelo não alcance do que queria. Se ele tiver bem tudo rende, flui o alcance do seu objetivo é positivo. A motivação refere-se ao comportamento dirigido aos objetivos que podem satisfazer as necessidades do indivíduo.

2.1 Tipos de Necessidades da Satisfação

Os motivos do comportamento humano derivam de forças interiores do próprio indivíduo. Algumas necessidades são conscientes, outras não (Bergamini, 1997).

Segundo Maslow, as necessidades humanas podem ser dispostas em forma de pirâmide. Na base da pirâmide estão as necessidades mais baixas e prementes enquanto no topo ficam as mais sofisticadas e intelectualizadas.

Necessidades Fisiológicas: são as necessidades inatas, ou biológicas. Sua principal característica é a premência e exige satisfação cíclica e reiterada para garantir a preservação da espécie e sobrevivência do indivíduo. São predominantes sobre todas as demais necessidades. São elas: fome, abrigo, repouso, sexo, etc.

Necessidades de Segurança: surgem no comportamento humano quando as necessidades fisiológicas estão relativamente satisfeitas. A busca de um mundo ordenado e previsível, protegido e seguro são manifestações típicas dessa necessidade e leva o indivíduo a proteger-se de qualquer perigo real ou imaginário, físico ou abstrato. São elas: proteção contra: perigo, doença, desemprego, roubo.

Necessidades Sociais: surgem no comportamento quando as necessidades mais baixas (fisiológicas e de segurança) estão relativamente satisfeitas. São as necessidades de associação, participação e aceitação por parte dos colegas; a amizade, o afeto e o amor são seus pontos altos.

Necessidades de Estima: são as necessidades relacionadas com a auto-avaliação e autoestima. Envolve a auto-apreciação, a autoconfiança, necessidade de reconhecimento e aprovação social, de status, prestígio, consideração.

Necessidades de Auto-realização: são as necessidades humanas mais elevadas e que estão no topo da hierarquia. Estão relacionadas com autonomia, independência, autocontrole, competência. São as necessidades de cada pessoa realizar seu próprio potencial e se desenvolver continuamente como criatura humana. Pode ser expressada pelo impulso do indivíduo se tornar mais do que é e vir a ser tudo o que pode ser. Enquanto as quatro necessidades anteriores podem ser satisfeitas com recompensas externas, esta só pode ser satisfeita a nível de interior pessoal, com o sentimento de realização, não sendo observada nem controlada por outras pessoas.

A insatisfação no trabalho pode estar ligada a diversos fatores do ambiente interno e externo, esses fatores podem ser detectados para que sejam tomadas decisões. Quando essas necessidades não são satisfeitas elas dominam a direção do comportamento das pessoas causam incerteza e insegurança, conduzem geralmente à falta de adaptação social e à solidão podem produzir sentimentos de inferioridade, dependência, desamparo que podem levar ao desânimo ou à atividades compensatórias. Pode ser insaciável, quanto mais a pessoa obtém recompensas que a satisfaçam, mais importante ela se torna e mais ela desejará satisfazer-se.

2.2 Motivação

Segundo Taylor (1999), o comportamento do homem é motivado exclusivamente pela busca do dinheiro e pelas recompensas salariais e materiais do trabalho.

Como Ziegler (2009), afirma ‘ As pessoas produzem bens e, dessa forma, se transformam em produtos. As pessoas vêm existindo de forma diretamente relacionada ao sistema de produção, à troca de bens de consumo.’ Ou então, como Hales(2009), coloca: “A sociedade é classicamente representada como um agregado de indivíduos que encontram sua realidade social somente no mercado.

Bergamini (1997), mais do que nunca, as pessoas se vêem competidas a ter que comprovar seu valor pessoal diante de um mercado de trabalho no qual, além de outros concorrentes, há que se procurar valer mais do que as máquinas que ameaçam substituí-las.

Em contraste com o sentido do trabalho que se refere, conforme Elias (2009), convincentemente descreve, a uma categoria social envolvendo uma pluralidade de pessoas inter-relacionadas com seu conteúdo e que, enquanto categoria, a motivação diz respeito a uma dimensão mais ou menos relacionada à doutrina do solipsismo, uma vez que considera a entidade humana como autocontida e isolada.

Bergamini(1997), a motivação é considerada agora como um aspecto intrínseco às pessoas; ninguém pode, por isso mesmo, motivar ninguém, sendo que a motivação específica para o trabalho depende do sentido que se dá a ele.

O conceito de satisfação individual parece negligenciar os interesses daquilo que, por exemplo, Maslow (2001), certa vez classificou de “metapatologia”; uma patologia gerada por um tipo de satisfação desprovida de quaisquer valores, significado e plenitude de vida.

Bergamini(2006), muitos precisam aceitar qualquer tipo de emprego, para sobreviver. Já não está sendo possível questionar se ele atende ou não às expectativas motivacionais de cada pessoa.

O estudo da motivação é um dos temas centrais da abordagem comportamental, por que necessita compreender os processos que movimentam as pessoas, para os comportamentos de indiferença, produtividade ou alto desempenho, contra ou a favor do interesse da organização e da administração, a motivação é específica e varia de pessoa para pessoa, onde possa estar motivada para desempenhar uma tarefa e não ter motivação para desempenhar uma tarefa e não ter motivação para desempenhar outra. Não há estado geral de motivação que leve uma pessoa a sempre ter disposição para realizar algo, o colaborador tem a motivação por interesse do dinheiro e recompensas recebido por seu trabalho.

2.3 O Comportamento Humano

Bergamini (2007), as pessoas e as organizações, de forma geral, têm sido constrangidas a viver sob pressão na procura de algo que lhes permita dominar os novos desafios. A tecnologia, acontece, no entanto, que o instrumental, os sistemas e a própria tecnologia que está ao alcance dos administradores está também igualmente se modificando.

Os três níveis ou estágios de motivação correspondem às necessidades fisiológicas, psicológicas e de auto-realização.

Necessidades fisiológicas: a experiência de Hawthorne (1999), desenvolvia uma política com relação ao seu pessoal que atendia plenamente às necessidades mais básicas dos empregados. Uma vez satisfeitas essas necessidades, elas passaram a não mais influenciar o comportamento deles. Deste modo, o comportamento passou a ser motivado por outras necessidades mais complexas: as necessidades psicológicas.

Necessidades psicológicas: a necessidade de participação foi bastante enfatizada por Mayo (1997), na explicação do comportamento em grupo. A aprovação social, o reconhecimento do grupo, de dar e receber amizade fazem parte desta classe de necessidade que levam o homem a viver em grupo e a socializar-se. Dentro do grupo social, existe a simpatia (que leva à coesão social) e a antipatia (que leva à dispersão social), dependendo da maneira como esta necessidade é satisfeita ou não nos diversos indivíduos.

Necessidades de auto-realização: são as necessidades mais elevadas, produto da educação e da cultura. Como as necessidades psicológicas, são raramente satisfeitas em sua plenitude, pois o homem vai procurar gradativamente maiores satisfações e estabelecendo metas crescentemente sofisticadas. A necessidade de auto-realização é a síntese de todas as outras necessidades. É o impulso de cada um realizar o seu próprio potencial, de estar em contínuo autodesenvolvimento no sentido mais elevado do tempo.

Segundo as citações dos autores, a auto realização já vem da própria educação e cultura o homem cria um objetivo e vai buscar sua satisfação, isso acontece gradativamente ele traça um caminho e vai se autodesenvolvendo disposto a confiar no seu potencial. O constrangimento a pressão do ambiente do dia a dia nos permite criar e desenvolver novas técnicas para a melhoria de se administrar simplificando o trabalho, viver em grupo conviver em harmonia é bom para todos, a questão de dar e receber a união do grupo e uma socialização positiva que dá uma visão de simpatia e não antipatia no grupo obtendo êxito ao trabalho.

2.4 Motivação para a Competência

Bergamini (1997), sua preocupação com a qualidade do trabalho é tão grande que a quantidade da produção e a importância dos relacionamentos humanos ficam em segundo plano.

É um impulso para fazer um trabalho de alta qualidade empregados motivados pela competência procuram o domínio do trabalho, o desenvolvimento das atividades de resolução de problemas e esforçam-se em ser inovadores. Em geral executam um bom trabalho devido a satisfação interior que sentem ao fazerem isso.

3 ESTUDO DE CASO DA FLORICULTURA VITÓRIA RÉGIA

A floricultura Vitória Régia está situada na Praça Olímpio Campos, 299 Centro de Aracaju estado de Sergipe. Atua no ramo de Flores e prestação de serviços em Aracaju e alguns municípios vizinhos, em diversos segmentos, cuja predominância é de arranjos naturais, bouquet, cachepó, café da manhã, ramalhetes, ornamentação de corpos, coroas, cruz, corbélia e decorações em geral. É uma empresa de pequeno porte e conta com cinco colaboradores.

3.1 Breve Histórico da Empresa

Nos meados dos anos de 1970, um sapateiro abriu uma loja com o nome de uma planta típica da região Amazônica vitória régia em Aracaju estado de Sergipe, alguns anos depois o sapateiro fechou a loja. A nora do sapateiro conhecida como dona Nelma dona de casa, aproveitou o nome da antiga sapataria e abriu a floricultura Vitória Régia não se sabe o ano, com o passar dos tempos dona Nelma resolveu mudar de ramo, de flores para vidros, em fevereiro de 1998, o casal José Claudio e Gilmará Guimarães que eram colaboradores da empresa na época comprou a floricultura a dona Nelma.

O casal abriu sua sede com prédio alugado na Avenida Gonçalo Rolemberg Leite em Aracaju, em 2005 mudaram-se para a praça Olímpio Campos em Aracaju com prédio próprio, em 2006 o casal abriu a sua primeira filial no conjunto Augusto Franco zona sul da capital sergipana, em 2010 mais uma filial na rua Maruim centro de Aracaju, em 1998 a floricultura Vitória régia foi contemplada com o troféu “Empresário do Ano”, e grandes elogios.

A floricultura é abastecida com flores duas vezes por semana vindo do estado de São Paulo, cidade de Holambra a onde estão concentradas as flores que são distribuídas para todo o país, e participa de eventos e palestras voltadas para o mundo empresarial, a floricultura faz doações a instituições de caridades, mensal e anual por meios financeiros e de cestas básicas ou de cestas de café da manhã.

3.2 Análise da Organização da Empresa

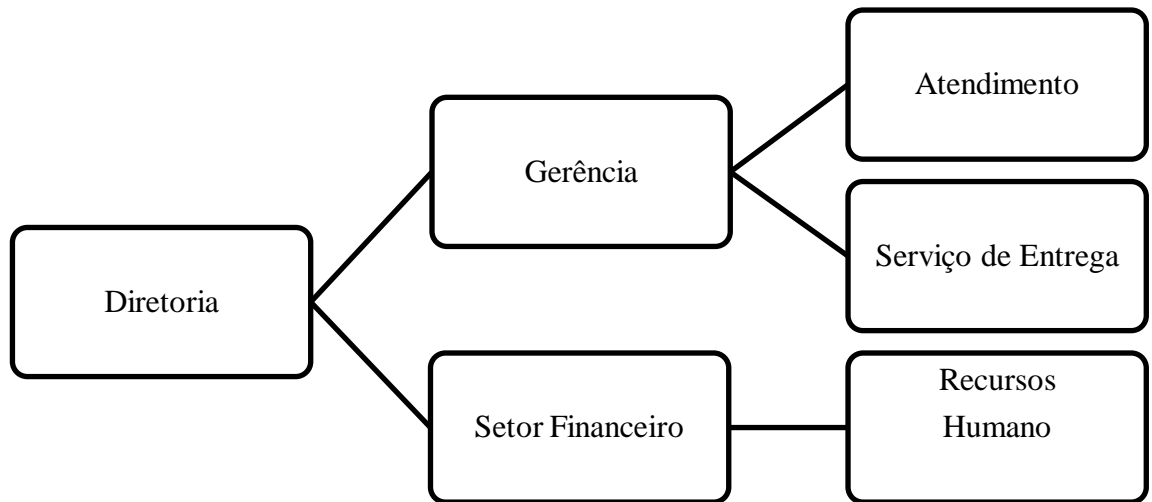
A missão da floricultura é primar pela qualidade dos nossos produtos mantendo este diferencial para satisfação dos nossos clientes, fornecedores e colaboradores, conquistando a fidelidade de todos os envolvidos no negócio é a missão da empresa.

A visão da floricultura Vitória Régia, por sua vez, é ser reconhecida no mercado pela qualidade dos seus serviços, focando principalmente a satisfação dos clientes, atendendo as suas necessidades, desejos e sonhos, objetivando fortalecer a imagem da empresa e diferenciá-la no ramo do comércio de flores. Segue abaixo o organograma geral da floricultura Vitória Régia.

A diretoria são tomadas todas as decisões gerais da empresa, na gerencia supervisão e controle das entradas e saídas dos produtos, o atendimento inicio de todos os processos de compras e vendas com anotações, serviços das entregas por meios de anotações que foi pedido no atendimento.

Diretoria, o setor financeiro controla o faturamento e pagamento, recursos humanos admissão e demissão.

Figura 1: Organograma da Floricultura Vitória Régia (2011)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Segundo Chiavenato (1999), os objetivos das organizações podem ser visualizado em uma hierarquia que vai desde os objetivos globais da organização (no topo da hierarquia) até os objetivos operacionais, envolvendo simples instruções para a rotina cotidiana (na base da hierarquia). Assim, o planejamento envolve a determinação das ações racionais aplicáveis a todos os níveis de objetivos na hierarquia; o planejamento compõe-se tanto de um conjunto de planos detalhando as atividades cotidianas para o alcance de objetivos imediatos, relacionados com um setor da organização ou um produto, como também compõe-se das estratégias e política a longo prazo, pelas quais se pretende alcançar os objetivos finais da organização. Quer envolva alguns aspecto parcial ou imediato quer se refira a objetivos globais da organização, o planejamento deve constituir um todo integrado e estruturado de cursos de ação que relacionem os vários níveis de objetivos e as múltiplas ações necessárias para alcançá-los.

Sendo assim a visualização dos objetivos globais e os objetivos operacionais envolvem as simples instruções para a rotina cotidiana com isso o planejamento compõe-se de um conjunto de objetivos imediatos de um produto. As estratégias a longo prazo tem como objetivos finais alcançar o que pretende, envolvendo alguns

aspectos imediatos se referindo a objetivos globais para construir um planejamento que deve relacionar vários níveis de objetivos e para alcançá-lo múltiplas ações.

3.3 Identificação do Seguimento de Mercado da Empresa.

Pontos Fortes: A localização privilegiada próxima a Catedral Metropolitana de Aracaju aonde fieis compram flores para seus devotos, a excelente variedades de produtos, produtos que acompanham não só as flores mais as cestas de café da manhã, serviços rápidos e confiáveis a entrega é feita com o isolamento nas caixas dos moto boys para não tirar a qualidade dos produtos.

Pontos Fracos: Escassez de recursos financeiros para montar uma câmara fria com isso mais estoques de flores, liderança despreparada, necessidade de treinamento dos colaboradores, empregados desmotivados no atendimento.

Oportunidades: Novos canais de distribuição a empresa tem clientes fieis com entrega garantida semanal e mensal, surgimento de novos segmentos de mercado a floricultura é uma empresa conhecida.

Ameaças: A falta de estacionamento durante o horário comercial, a escassez de pessoas qualificadas na área de flores, a concorrência oferece menor preço de venda.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisou-se que a partir das entrevistas realizadas na empresa ao ambiente de trabalho, foi possível notar que não se consegue motivar quem quer que seja, as pessoas são condicionáveis, mas a motivação nasce de cada um a única coisa que se pode fazer para manter pessoas motivadas é conhecer suas necessidades e oferecer fatores de satisfação de tais necessidades sendo assim criar um ambiente de trabalho no qual o colaborador mantenha o ritmo motivacional que tinha desde o seu primeiro dia de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAMINI, CECÍLIA W. **Motivação nas Organizações**. São Paulo: Atlas 4ª ed. 1997.

CODA, ROBERTO. **Psicodinâmica da Vida Organizacional**. São Paulo: Atlas 2ª ed. 1997.

BOWDITCH, JAMES L. / BUONO, ANTHONY F. **Elementos de comportamento organizacional**. São Paulo: Cengage Learning 1ª ed. 2009.

_____. **Fundamentos de Comportamento Organização**. Rio de Janeiro: Ltc 6ª ed. 2006.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Gerenciando Pessoas**. São Paulo: Makron Books 3º ed. Revisada e Ampliada. 1997, 1992.

_____. **Teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campos 5ª ed. 1999.

DAVIDOFF, LINDA L. **Introdução a Psicologia**. São Paulo: Makron Books 3º ed. 2001.