

Motivação, Porque é Necessário Entendê-la ? ***por Diego de Oliveira Santos***

O fator humano nas organizações tem tomado uma dimensão de importância nunca antes visto. Funcionários motivados e satisfeitos elevam a moral de uma empresa, resultam em lucratividade e sucesso. Entretanto, funcionários insatisfeitos e descontentes podem levar uma organização a desempenhos inaceitáveis num mercado competitivo.


Atualmente, é muito comum encontrarmos gerentes em busca de modelos e técnicas para motivar seus funcionários, não importando a fonte nem a credibilidade desses instrumentos. Se o conteúdo trata de motivação ou indica como fazer para motivar alguém, já é o suficiente. Mas será esta a melhor alternativa? É claro que não! A motivação está muito mais ligada às necessidades individuais das pessoas do que às regras pré-estabelecidas em receitas ou modelos genéricos.

Diante destes fatores, questiono-me: será a motivação, hoje, um diferencial competitivo? As empresas estão preparadas para motivar corretamente suas equipes de trabalho em direção a resultados significativos? Ou ainda, será possível destacar-se no mercado sem atentar para os clientes internos?

Frederick Herzberg (citado por Davis & Newstrom, 1998) diz que motivação implica fazer aquilo que é muito significativo para mim. Somente nesta observação já identificamos o caráter particular da motivação. Desprezar a singularidade das necessidades das pessoas é ignorar aquilo que as levam à produtividade e ao sucesso.

A palavra motivação vem do latim *movere* e significa mover, dando assim um caráter mais dinâmico a este processo essencial. Pode ser ainda definida como uma força propulsora interna que faz com os funcionários desenvolvam e bem suas atividades. Não é por acaso que afirmamos que ninguém motiva a alguém, pois a motivação é um fator intrínseco. Logo, depende de cada um busca - lá, deixando para as organizações o papel de proporcionar meios para satisfazer as necessidades de seus funcionários.

Abraham H. Maslow, outro estudioso da motivação humana, estabeleceu alguns níveis para as necessidades individuais. De acordo este autor, as pessoas são motivadas quando estes níveis são satisfeitos um a um, seguindo a ordem das necessidades primárias para as consideradas secundárias. A tabela abaixo demonstra claramente estes níveis.

(5º) Auto – realização: estar realizado com o que faz.	
(4º) Auto-estima: ser reconhecido pelo grupo.	
(3º) Associação: ser aceito pelo grupo.	
(2º) Segurança: estar seguro quanto seu emprego, por exemplo.	
(1º) Fisiológicas: ter condições de se alimentar, vestir-se, etc.	

Fonte: www.portaldomarketing.com.br/Artigos/maslow.htm

Para Maslow, o indivíduo vai em busca de satisfazer primeiramente as necessidades fisiológicas, sendo esta satisfeita, o indivíduo parte para a próxima e assim sucessivamente. Vale ressaltar que a satisfação de uma necessidade não implica que esta não influencia mais na motivação do indivíduo, pelo contrário, ainda é fator determinante para que o indivíduo esteja motivado e continue em busca de satisfazer outras necessidades.

A não satisfação de uma necessidade pode ser desastrosa para uma organização, pois, ao invés de ter pessoas dando o máximo de si, empenhando-se para tornar-se um diferencial no que faz, contará com pessoas desmotivadas e descontentes, que farão somente aquilo que lhe é mandado ou que é de sua responsabilidade, não agregando nenhum valor significativo à organização na corrida pelo sucesso.

Saliento ainda que, a habilidade e a competência do gerente neste processo de motivação é imprescindível. Um profissional passivo e alheio às influências comportamentais na produtividade da organização não deve assumir o papel de gestor, já que, como dito inicialmente, as pessoas podem vir a agregar ou desagregar na busca pelo sucesso organizacional.

A empresa que despreza a satisfação das necessidades de seus funcionários reduz seu desempenho à mediocridade. E você, caro gerente, se não despertar para o valor da motivação como um princípio básico para o diferencial competitivo, será o principal responsável pelo despreparo de sua organização num mercado tão concorrido como o nosso.

Diego de Oliveira Santos
dyadm@yahoo.com.br

Estudante de Administração de empresas pela Universidade Estadual de Santa Cruz – Ilhéus (BA) e Conselheiro Deliberativo da Cia Júnior Consultoria – Empresa júnior dos cursos de Administração e Economia da referida Universidade.

