

HUM@NÆ

Questões controversas do mundo contemporâneo

v. 13, n. 1

A IMPORTÂNCIA DO RECONHECIMENTO PROFISSIONAL PARA A MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES

AMANDA KELLY GOMES¹

Resumo

O trabalho é entendido como uma atividade central na vida do homem, pois é dele que provem a sua sobrevivência. Nesse processo, o ser humano entende que o reconhecimento de seu trabalho é uma maneira de tornar suas atividades mais prazerosas e produtivas, logo se sente motivado a contribuir para o crescimento da organização em que está inserido. Neste sentido, o presente estudo visa apontar a influência do reconhecimento profissional no processo que envolve a motivação dos colaboradores de uma organização. Diante da busca para responder tal problemática, este estudo adotou como método a pesquisa qualitativa bibliográfica que oferece informações de inúmeros autores comprometidos com a temática em questão. Como achados dessa pesquisa, observou-se que o reconhecimento profissional tem grande influência na motivação dos colaboradores. Essa influência tem como um dos principais resultados o aumento de produção, mostrando que uma visão voltada para o capital humano por meio de recompensas positivas, elogios, feedbacks, entre outros processos, acabam por facilitar novas posturas e tarefas que contribuem significativamente para o crescimento profissional do empregado, bem como para o crescimento das organizações que adotam essa visão como forma de gestão.

Palavras-chave: Administração; Liderança; Motivação.

1 - INTRODUÇÃO

O trabalho é uma forma de projeção e crescimento social, pois é por meio da atividade laborativa que o homem manifesta a sua identificação como ser

¹ Mestranda em Administração e Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE); Bacharel em Administração pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). MBA em administração e controladoria pela Faculdade de Ciências Humanas (ESUDA). Email: .amanda_kellygomes@hotmail.com.

social e produtivo, apto a desenvolver suas capacidades técnicas. A auto realização do homem consiste, indubitavelmente, no esforço que realiza para manutenção de sua subsistência.

Mas, para que ele haja de forma coerente com a finalidade do trabalho, ele precisa ter o reconhecimento pelas suas atividades para que se sinta motivado a continuar a exercê-las de forma prazerosa, pois a satisfação com as atividades laborais parte da relação que o homem tem com o seu ambiente de trabalho e a hierarquia que a ele comanda.

A motivação é um elemento de suma importância para o comportamento e o sucesso organizacional, mas é também um dos grandes desafios para um gestor de recursos humanos dentro de uma organização, pois ele entende que motivar os seus colaboradores é saber que se faz necessário conhecer seus anseios e necessidades para o aumento de sua auto-estima.

O processo motivacional depende daquele que lidera, pois a liderança é um valioso recurso para a conquista dos objetivos e metas estabelecidos, pois é preciso ter bons líderes para um bom andamento da organização.

Entendendo que a motivação é um processo complexo e ao mesmo tempo audacioso, ela parte de um trabalho dinâmico e holístico daquele que lidera um determinado grupo.

Sabe-se que a liderança e motivação dependem de contextos que se manifesta comprometimento, comportamento e iniciativa, mas a postura motivadora que o líder apresenta depende muito de sua visão que ele possui sobre o seu grupo.

Entende-se que existem inúmeros contextos que envolvem a motivação de uma organização, mas o reconhecimento profissional é de grande valia e a mais importante, pois faz com que o profissional sinta-se valorizado e proativo, contribuindo assim para o crescimento de uma empresa.

Neste sentido, busca-se neste estudo responder a seguinte problemática: como o reconhecimento profissional pode influenciar na motivação dos colaboradores de uma organização?

Buscando construir um entendimento que vise responder a problemática em questão, elencou-se como objetivo geral apontar a influência do reconhecimento no processo que envolve a motivação dos colaboradores de uma organização. E como objetivos específicos realizar breves comentários sobre o reconhecimento profissional; discutir a relação que envolve liderança e motivação e destacar a contribuição do reconhecimento profissional como elemento motivador para os colaboradores de uma organização.

Para o desenvolvimento desta temática, adotou-se a pesquisa bibliográfica, pois a mesma permite um conhecimento de vários estudos sobre o tema em questão, fornecendo subsídios para a construção de um entendimento sobre um determinado processo.

FUDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 - O reconhecimento profissional

O fenômeno do trabalho destaca-se como uma atividade na realização de uma obra que obtenha resultados, trazendo ao mesmo tempo reconhecimento social, sendo também, um sinônimo de esforço rotineiro e incômodo inevitável. Arendt (1991) destaca o trabalho como “uma das condições básicas por meio da qual o homem vive e sobrevive na terra”.

O trabalho, como forma de organização, é um sistema de atividades que são realizadas e compostas por inúmeros colaboradores, logo é tido como um ambiente onde as pessoas trabalham e passam a maior parte de seu tempo. Neste âmbito, essas pessoas comunicam entre si, contribuindo para um objetivo comum, ou seja, uma organização depende das pessoas que ali trabalham para atingir seus objetivos e cumprir suas missões.

Neste sentido, as empresas trazem consigo a capacidade de observar e analisar todos os eventos externos que podem causar impacto no cotidiano da organização e agir coerentemente com cada situação, trazendo benefício para a empresa. Neste contexto, o referido setor deve desenvolver estratégias para

que a empresa possa competir no mercado, analisando as tendências dos negócios e agindo com eficácia. Com isto, ela deve ter uma visão do funcionário como um ser humano e não como um ser mecânico. Por isso, mesmo visando o sucesso da empresa, é importante que estas priorizem o bem estar do funcionário, elemento responsável pelo desenvolvimento da organização (GIL, 2001).

Com o advento da globalização, a tendência é elevar o gerenciamento de pessoas a uma dimensão mais estratégica, tendo-se uma visão mais sofisticada de administrar em parceria com as pessoas são estimulados assumir junto com a direção as responsabilidades de levar a empresa a atingir seus resultados, e o departamento de Gestão de Pessoas tem uma abordagem menos centralizadora e mais de consultoria (KNAPIK, 2008, p. 39).

Entende-se que não é só de salário que se faz um bom profissional, ele também sente a necessidade de elogios e reconhecimento que é algo de valor tanto quanto o seu salário, pois na visão de Vergara (2000, p.48), “é natural do ser humano querer ser reconhecido, por isso, muitas vezes dedica todo seu esforço num mesmo trabalho, esperando que, com isso, receba alguma recompensa pelo esforço que teve”.

As pessoas também precisam do reconhecimento profissional por parte de seus superiores hierárquicos, e é justamente isto que muitas vezes não ocorre, seja em função do perfil do gerente, seja em função de outros fatores.

É preciso que os gestores compreendam que não se trata somente de fiscalizar a execução do trabalho, é preciso também aprender a elogiar o trabalho de seus colaboradores quando necessário, como forma de motivá-los e também reconhecer que o trabalho que eles desempenham para a organização é importante (BERGAMINI, 2002).

Quando o reconhecimento acontece, as pessoas liberam suas potenciais características que até elas mesmas desconheciam. Esse reconhecimento pode vir de uma promoção no serviço e até mesmo de uma simples palavra (VERGARA, 2000, p. 51).

Segundo Stefanini (2007, p.14), “as pessoas sentem-se reconhecidas profissionalmente quando têm seu trabalho reconhecido e elogiado por seus

superiores, e com isto contribui para que o ambiente organizacional torne-se mais produtivo e agradável para todos”.

Portanto, o reconhecimento profissional não vem somente através de remuneração, mas também através de atitudes dos gestores, que muito podem colaborar para que os profissionais sintam-se motivados e reconhecidos.

Neste sentido, tais profissionais são elementos fundamentais para desenvolver e influenciar o clima organizacional, contribuir para a motivação da equipe, o comprometimento dos funcionários, a confiança na empresa, a segurança e o sentimento de valorização do funcionário conquistado através de respeito e credibilidade. Eles devem saber lidar com as pessoas que trabalham em seu setor, pois são elas responsáveis pelas ações e resultados atingidos ou não, uma vez que são elas que fazem as coisas acontecer dentro e fora da empresa, por isso a necessidade de manter uma postura coerente e eficaz para fomentar o sucesso da organização.

O desafio mais universal que as empresas enfrentam é deixar de enxergar instituições humanas como máquinas e passar a enxergá-las como organismos vivos. A maneira mais fácil de enxergar o problema é tratando das relações interpessoais, valorizando o crescimento pessoal e social dos sujeitos (RAMALHO, 1999, p.77).

O reconhecimento é algo fundamental para que se consiga desenvolver o trabalho, pois o mesmo contribui para a normalidade de uma organização, e neste sentido, Mendes (1995) acentua que a busca pelo prazer no trabalho e a fuga do desprazer compõem um desejo constante para o trabalhador frente às exigências existentes no processo, nas relações e na organização do trabalho.

Se os empregados forem reconhecidos profissionalmente, os mesmos irão tornar o ambiente de trabalho um local saudável, desenvolvendo as suas atividades mais produtivamente.

3 - A relação de liderança e motivação

Por motivação tem-se comprovado que ela já se mostrou potencialmente positiva para o ser humano, seja no trabalho ou em sua vida pessoal.

Maximiano (2007) informa que a palavra motivação deriva do latim motivos *movere*, que significa mover. Entende-se, então, que a motivação é algo que impulsiona o ser humano a algo de forma a produzir algum efeito.

Motivar quer dizer “mover para a ação”, mobilizar energias e esforços na busca da realização de determinadas metas. Motivação, portanto, é o que move uma pessoa para uma determinada direção. Em um mundo globalizado e competitivo, a preocupação com a motivação tem um aspecto estratégico; significa incentivar as pessoas para a ação, para a realização e a conquista de objetivos, de modo a evitar a acomodação e a estagnação da criatividade e da inventividade (KNAPIK, 2008, p. 96).

Nas organizações, a motivação é entendida como estímulo para que o funcionário se sinta encorajado a exercer as suas funções de maneira sintonizada apresentando entusiasmo para que seja alcançada a meta almejada pela organização.

Na visão de Chiavenato (2008), a motivação impulsiona o agir de maneira a dá uma propensão a um comportamento específico, gerando impulso provocado por um estímulo externo, trazendo efeitos positivos.

O maior desafio da motivação das pessoas no ambiente de trabalho é conciliar as necessidades e os desejos dos empregados com as metas que a empresa quer atingir, pois motivar não é fácil visto que as pessoas têm anseios e pensamentos diferentes, logo se torna um grande desafio.

No que se refere à motivação, Gil (2001) destaca que as empresas estão buscando e valorizando o comportamento comprometido das pessoas, logo passam a investir mais, esperando um retorno gratificante, pois é a motivação a chave do comprometimento.

Segundo Robbins (2002, p. 145) “a motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta”.

Portanto, a motivação é uma força interna, que fica armazenada dentro de cada pessoa. Cabe a cada indivíduo obter força, de acordo com seus anseios,

para desenvolver a capacidade de motivar-se. Porém, a contribuição da organização na qual o indivíduo pertence tem grande influência quando se trata de impulsionar essa força interior.

Bergamini (1997, p.189) explica que “o trabalho desenvolvido pelas diferentes pessoas tem sentidos diferentes para cada uma delas e esse sentido parece ligado ao conjunto de suas necessidades motivacionais”.

Diante disso, cabe a organização estimular os funcionários, uma vez que os mesmos passam a maioria do seu dia dentro das empresas direcionando seus esforços para alcançar as metas estipuladas pelas organizações. São vários fatores que interferem na motivação do funcionário. São eles:

1. Salários;
2. Autoestima e reconhecimento
3. Relacionamento entre os colaboradores
4. Promoções, treinamentos e capacitações;
5. Benefícios;
6. Segurança;
7. Condições de estrutura física e ferramenta nos locais de trabalho

Neste contexto, destacam-se como um dos maiores responsáveis os profissionais que detêm a liderança, porque são eles que observam cada um dos funcionários, apontando suas potencialidades e anseios. Neste sentido, Gil (2001), estes profissionais devem atuar como líderes, já que a liderança faz parte da influência pessoal e aceitação dos subordinados.

Para Hunter (2004, p.18), “Liderança é a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasmadamente visando atingir objetivos comuns, inspirando confiança por meio da força e caráter”. Salienta-se então que a liderança pode influenciar as pessoas de maneira a desenvolver a confiança, tornando-as aliadas.

Fleury (2002, p.259) a considera como um processo social no qual se estabelece relações de influência entre pessoas. O centro desses processos é composto do líder ou líderes e seus liderados, um fato e momento social.

Hersey (1986, p.105) define como: “O processo de influenciar as atividades de indivíduos ou grupos para a consecução de um objetivo numa dada situação”.

O termo liderança é considerado uma ferramenta que ajuda a auxiliar os colaboradores a alcançarem seus objetivos profissionais e pessoais. É uma arte que motiva e influencia as pessoas de forma ética e positiva.

Chiavenato (2005, p.346) afirma que:

A liderança é, de certa forma, um tipo de poder pessoal. Através da liderança uma pessoa influencia outras pessoas em função do relacionamento existentes. A influência é uma transação interpessoal na qual uma pessoa age no sentido de modificar ou provocar o comportamento de outra pessoa, de maneira interpessoal. Assim, sempre se encontra um líder – aquele que influencia os liderados – aqueles que são influenciados. A influência é um conceito de poder e de autoridade. O poder significa o potencial de influência de uma pessoa sobre a outra ou outras, que pode ou não ser exercido.

Para Kouzes e Posner (1997) a liderança é “a arte de mobilizar os outros para que estes queiram lutar por aspirações compartilhadas”. Eles complementam que existe uma diferença entre conseguir apoio e dar ordens e que os verdadeiros líderes “mantêm a credibilidade em consequência de suas ações – ao desafiar, inspirar, permitir, guiar e encorajar”.

Na visão de Maximiano (2000, p.326):

Liderança é o processo de conduzir as ações ou influenciar o comportamento e a mentalidade de outras pessoas. Proximidade física ou atemporal é importante nessa definição. Um cientista pode ser influenciado por um colega de profissão que nunca viu ou mesmo que viveu em outra época. Da mesma forma, líderes religiosos são capazes de influenciar adeptos que estão muito longe e que têm pouquíssima chance de vê-los pessoalmente.

Neste contexto de liderar, destacam-se os profissionais que atuam como gestores e que, de alguma forma, podem motivar seus colaboradores, porém vale destacar que existem vários tipos de lideranças e vários tipos de líderes. Segundo Chiavenato (1994, 1992 p.150) esses três diferentes estilos básicos

de liderança, são as que mais se destacam. No quadro 1 será mostrado os tipos de liderança existentes na visão de Chiavenato.

Cronograma de trabalho	LIDERANÇA AUTOCRÁTICA	LIDERANÇA LIBERAL	LIDERANÇA DEMOCRÁTICA
Tomada de decisões	Apenas o líder decide e fixa as diretrizes sem qualquer participação dos colaboradores/grupo.	Total liberdade para a tomada de decisões grupais ou individuais.	As diretrizes são debatidas e decididas pelo grupo que é estimulado e assistido pelo líder
Programação dos trabalhos	O líder determina as providências para a execução das tarefas, cada uma por vez, à medida que se tornam necessárias e de maneira imprevisível para os colaboradores/grupo	A participação do líder no debate é limitada, apresentando apenas alternativas variadas ao grupo, esclarecendo que poderia fornecer informações desde que as pedissem.	O próprio grupo esboça as providências e técnicas para atingir o alvo, com aconselhamento técnico do líder, quando necessário. As tarefas ganham novas perspectivas com os debates.
Divisão do trabalho	O líder determina qual a tarefa que cada um deverá executar e qual seu companheiro de trabalho.	Tanto a divisão das tarefas como a escolha dos colegas ficam totalmente por conta do grupo. Absoluta falta de participação do líder	A divisão das tarefas fica a critério do próprio grupo e cada membro tem a liberdade de escolher seus colegas de tarefa.
Participação do líder	O líder é "pessoal" e dominador nos elogios e críticas ao trabalho de cada membro.	O líder não faz nenhuma tentativa de avaliar ou regular o curso das coisas. Somente faz comentários irregulares sobre as atividades, quando perguntado.	O líder procura ser um membro normal do grupo, em espírito, sem encarregar-se muito de tarefas. É objetivo e limita-se aos fatos em seus elogios e críticas.

Fonte: Idalberto Chiavenato (1994, 1992 p.150).

No intento de alcançar objetivos e planejar o sucesso de uma organização, toda empresa tem um líder que, por sua vez, deve possuir atributos que contribua para que todos os colaboradores sintam-se envolvidos com o contexto de sucesso.

Segundo Druker (1992, p.75),

O líder é aquele que possui seguidores, obtém resultados e tem responsabilidade. O líder é uma pessoa que motiva e desenvolve ações: motiva pessoas a alcançarem objetivos do grupo e da organização, e desenvolve atividades de forma a atender os objetivos organizacionais, altos níveis de desempenho e objetivos do grupo.

O líder é aquele profissional que busca criar o sucesso, apresentar virtudes e ter atitudes eficazes, é companheiro, sabe distribuir

HumanÆ. Questões controversas do mundo contemporâneo, v. 13, n. 1 (Ano, 2019) ISSN: 1517-7606

responsabilidades, formar grupos competentes que procurem atingir metas e alcançar os objetivos da empresa. O líder é a pessoa que exerce influência sobre outras, através do respeito e autoridade que apresentam, ele pode conseguir seguidores que irão lhe auxiliar em seu trabalho, mas desde que observe sua ética que muito pode contribuir para formar outros cidadãos com princípios morais (MELO, 2010).

O líder deve delegar tarefas, distribuir tarefas entre os subordinados em prol da equipe e da corporação e isso deve ser feito com confiança, responsabilidade, conhecimento e evolução. Ele precisa ter competências básicas para saber lidar com pessoas, transmitir sua opinião, interagir e ouvir a equipe para que em sua delegação de tarefas ele saiba o que pode vir aparecer em relação ao desempenho dos funcionários. Logo, tem-se a necessidade de conhecimentos sobre os princípios da empresa, missão e valores, para que isso seja colocado em prática (ROBBINS, 2002).

De acordo com Srour (2003), as dez habilidades mais presentes em um líder são:

- Realizar comunicações verbalmente, além de ter o hábito de ouvir seus colaboradores;
- Tomar conhecimento e gerenciar as decisões individuais;
- Detectar e buscar a resolução de problemas;
- Motivar e influenciar os outros;
- Delegar;
- Traçar objetivos com uma visão articulada;
- Buscar a prevenção sempre para qualquer eventualidade;
- Construir equipes positivas;
- Gerenciar conflitos sempre;

O líder é o profissional responsável pelo planejamento e administração de seu setor, sendo responsável pela criação de um ambiente estimulante, produtivo e competitivo, visando à satisfação e a lucratividade.

No que concerne ao reconhecimento profissional, o líder deve apresentar estratégias da organização que devem valorizar o reconhecimento e a motivação.

A ele cabe o papel de personalizar o reconhecimento, identificando o que cada funcionário que reporta diretamente a ele gosta, prefere ou tem de necessidade, para ter mais satisfação, engajamento e motivação.

Os gestores que utilizam o reconhecimento de forma eficaz irão incentivar os seus colaboradores a brilharem, o que fará aumentar a produtividade, o empenho e a retenção.

4 - A importância do reconhecimento profissional para a motivação dos colaboradores

O trabalho tem a capacidade de promover a satisfação das necessidades, tanto para aquele que lidera como para aquele que é liderado, pois tais necessidades só poderão ser satisfeitas se forem atendidas mutuamente.

Talvez a principal tarefa de um líder seja manter sua equipe motivada, pois quando as pessoas se sentem dessa forma elas agem como vencedoras, uma vez que quando reconhecidos pelas suas realizações eles se sentem importantes e, diante disso, eles dão o melhor de si a fim de obter mais reconhecimento.

Nas Organizações, a motivação precisa ser encarada como forma de valorizar o funcionário, que deve se sentir parte integrante da empresa e não simplesmente um seguidor de regras. De acordo com Schermerhorn (2001, p.39),

A motivação se refere às forças dentro de uma pessoa responsável pelo nível de direção e persistência do esforço despendido no trabalho, ou seja, está relacionada ao esforço designado pela pessoa, a escolha sobre o que fazer.

Mas, para que haja um ser motivado, ele precisa, antes de tudo, ser reconhecido, que seja apontado as suas potencialidades e suas ações positivas de forma que ele sintam-se valorizado. Motta e Vasconcelos (2002) defendem que ambos os fatores causam satisfação e estão relacionados ao aprendizado e à realização do potencial humano no trabalho e às necessidades mais complexas, assim como a insatisfação e a desmotivação.

As organizações devem buscar conhecer as necessidades que cercam seus funcionários, sejam elas pessoais ou profissionais no intento de apresentar mudanças para a melhoria de suas vidas, pois tal conhecimento é de suma importância para a satisfação de ambos e que desta forma instigue a motivação para um trabalho melhor. Através desta atitude, deve-se pensar em contextos que motivem o indivíduo, impulsionando-os para a busca de suas melhorias e sucesso. Na visão de Robbins (2002, p.113), “o impulso de exceder-se, de sair-se bem em relação a um conjunto de padrões, de lutar pelo sucesso”.

O reconhecimento pelo desempenho é muito importante. Neste sentido Chiavenato (2008, p.88) destaca que:

Se as pessoas não conseguem visualizar nenhuma compatibilidade entre os seus objetivos pessoais e os objetivos da empresa, é possível que elas tenham desempenho insatisfatório, pois despenderão menor esforço na realização de suas tarefas.

Tal reconhecimento pode vir através de um elogio, um salário oferecido adequado à função que ele exerce ou uma recompensa. Neste contexto, Chiavenato (2008, p. 221) afirma que “cada funcionário está interessado em investir com trabalho, dedicação e esforço pessoal, com seus conhecimentos e habilidades, desde que receba uma retribuição adequada”.

Para que também haja motivação de um funcionário faz-se necessário avaliar o seu desempenho diante das tarefas que são oferecidas, e assim, gratificá-los pelo seu trabalho, motivando os funcionários dentro de uma organização, fazendo com que ele consiga alcançar os objetivos e metas tanto pessoais quanto organizacionais.

[...] os gerentes precisam estar atentos à motivação de seus empregados . Precisam estar aptos para identificar suas necessidades [...], os gerentes não podem motivar seus empregados, mas precisam dispor de conhecimento e habilidades suficientes para despertar ou manter sua motivação no trabalho (GIL, 2001, p. 202).

A motivação do referido profissional parte do momento em que ele resolve abraçar a sua carreira, apresentando um valor positivo sobre a mesma,

identificando-a como uma fonte de construção de riqueza e satisfação das necessidades.

Um indivíduo engajado em uma atividade que para ele faz sentido espera ser recompensado quando percebe que está fazendo jus ao prazer de uma reputação positiva. Isso significa reconhecimento, independência e acesso a um mundo melhor. Diretamente ligado ao potencial criativo, esse tipo de necessidade possui vida própria no interior de cada um. O desejo de trabalhar passa a representar uma necessidade de ordem afetiva continuamente alimentada pelo imperativo daqueles valores representados pelo objetivo almejado. A partir de uma perspectiva de tal profundidade, podemos reconhecer o papel crucial que as necessidades interiores desempenham no processo motivacional (BERGAMINI, 2002, p. 67).

As empresas por sua vez devem investir em campanhas de incentivo, pois contribui para que o profissional torne-se mais atraído e melhore seu desempenho profissional, buscando um novo desafio para a carreira, pois todo e qualquer profissional anseia por valorização, autonomia e, principalmente, reconhecimento, por isso, palavras que expressam elogios promovem a motivação e o reconhecimento.

Os funcionários costumam ser incentivados a progredir de acordo com um padrão de metas a serem alcançados. Logo, cada avanço deve ser reconhecido e todos os seus êxitos devem ser elogiados e recebidos de modo animador (GIL, 2001, p. 211).

De acordo com o SEBRAE (2009), o reconhecimento do trabalho dos colaboradores é um elemento de suma importância para que ele se sinta motivado, logo, ele destaca que os programas de reconhecimento ao colaborador podem desenvolver-se da seguinte maneira:

a) Gestão participativa: as metas são determinadas por áreas e por pessoa, de forma conjunta com todos os envolvidos no processo.

b) Programas de sugestões: os colaboradores podem opinar sobre quais as melhores práticas de trabalho e sugerir soluções que representem economia ou vantagens para a empresa.

c) Programas de benefícios opcionais: permite que o colaborador escolha, entre os benefícios oferecidos pela empresa, um pacote personalizado, que mais lhe interesse.

d) Programas de carreira: proporciona possibilidade de desenvolvimento da carreira do colaborador.

As empresas precisam aprender o máximo sobre os anseios de seus colaboradores, os questionando-os, buscando entender os fatores motivadores da sua permanência na empresa. Muitos funcionários preferem estar em seus empregos atuais pelo fato da empresa lhes fornecer oportunidade para crescer, desenvolver as suas habilidades e de poder progredir em sua carreira profissional.

O reconhecimento pela qualificação desempenho e competência do colaborador integra o processo de motivação e crescimento de uma equipe. Sabe-se que motivação é uma força interna e pessoal, porém é lógico e evidente que práticas de reconhecimento ajudam a estimular tal motivação dentro de cada funcionário.

5 - MÉTODOS E TÉCNICAS

5.1 – Caracterização da Pesquisa e estratégia de coleta de dados

A pesquisa caracterizar-se-á, inicialmente, como exploratório, de caráter qualitativo, visando ampliar a base de conhecimento a respeito dos fatores relevantes no que diz respeito à importância do reconhecimento profissional para a motivação dos colaboradores. De acordo com Malhotra (2001), a pesquisa exploratória tem como principal finalidade possibilitar o entendimento do problema enfrentado pelo pesquisador. Nesse sentido, pretende-se buscar embasamento necessário, no que concerne ao tema de pesquisa, por meio de análise bibliográfica que, segundo Gil (2007, p.44):

é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas.

A revisão bibliográfica de qualquer temática é de suma importância para o entendimento de todo processo trazido pela pesquisa, pois ela permite conhecer termos e situações que podem abranger melhor o processo de

estudo. Sendo assim, as informações utilizadas para coleta nessa pesquisa será a utilização de dados secundários.

O artigo terá por intento utilizar de conhecimentos viventes na literatura para solucionar os problemas existentes na área estudada, objetivando gerar novos conhecimentos e informações acerca do tema para a aplicação prática de soluções de problemas específicos. Esse tipo de pesquisa é intitulada como pesquisa aplicada e envolve verdades e interesses locais.

Na terceira parte da pesquisa, será iniciada a análise dos dados coletados. A análise desses dados será realizada através de um modelo analítico que permita fazer as análises de conteúdo. A análise de conteúdo constitui em uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos ajudando a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. Pode-se dizer que análise de conteúdo é uma técnica refinada, que exige muita dedicação, paciência e tempo do pesquisador, o qual tem de se valer da intuição, imaginação e criatividade, principalmente na definição de categorias de análise. Para tanto, disciplina, perseverança e rigor são essenciais (Freitas, Cunha, & Moscarola, 1997).

5.2 – Modelo Analítico e categorias de análise

Existem muitas formas de categorizar possíveis objetos de pesquisas realizadas utilizando análise de conteúdo. Entretanto historicamente estes têm sido definidos em seis categorias, levando em consideração os aspectos intrínsecos da matéria prima desta análise, do contexto a que as pesquisas se referem e das inferências pretendidas. Esta classificação se baseia numa definição original de Lasswell, em que este caracteriza a comunicação a partir de seis questões: 1) Quem fala? 2) Para dizer o que? 3) A quem? 4) De que modo? 5) Com que finalidade? 6) Com que resultados? (Moraes, 1999).

Nessa pesquisa, predende-se utilizar três das seis categorias como modelo analítico:

- i. **Quem fala:** a partir da qual se procurará determinar características de quem fala, nesse caso, uma pesquisa empírica, dentro da literatura, sobre motivação organizacional.

- ii. **Pra dizer o que:** o estudo se direcionará para as características da mensagem propriamente dita, argumentos e idéias nela expressos a partir da pesquisa realizada na literatura acerca dos resultados encontrados sobre o tema abordado no presente artigo.
- iii. **Com que resultados:** onde o pesquisador procura identificar e descrever os resultados efetivos de uma comunicação, nesse caso, sobre a importância do reconhecimento profissional para a motivação dos colaboradores dentro das organizações.

Essa terceira fase será composta por cinco etapas: preparação das informações, onde serão identificadas as diferentes amostras de informação a serem analisadas; unitarização, onde serão relidos cuidadosamente os materiais com a finalidade de definir a unidade de análise; categorização, fase na qual serão agrupados os dados considerando a parte comum existente entre eles; descrição e interpretação. Sendo assim, através do uso de um modelo analítico baseado na análise de conteúdo, espera-se apontar a influência do reconhecimento no processo que envolve a motivação dos colaboradores de uma organização, alcançando assim o objetivo proposto pela pesquisa.

6 - DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As empresas contemporâneas têm uma postura voltada para a aquisição dos lucros. Com isso ela passa a acompanhar a evolução dos mercados, o avanço da tecnologia e as vantagens trazidas por ela a atualidade da economia e o gosto de seus clientes.

As empresas sabem do grande desafio que é acompanhar as mudanças do mercado assim como se adaptarem a elas, logo elas devem apresentar uma gestão flexível com propostas dinâmicas e inovadoras que visem à competitividade do mercado, assim como o seu processo produtivo que se refere a seus recursos humanos.

As organizações empresariais têm a concepção de que a sua produtividade é um fator que está diretamente relacionado com a satisfação e o

bem-estar de seus colaboradores. Diante de tal pensamento tem-se a observação de que os colaboradores devem ter seu reconhecimento e, conseqüentemente, sentissem motivados através da manifestação de bem estar e auto-estima, tornando-se mais produtivos em um âmbito profissional mais harmonioso (VASCONCELOS, 2001).

Quando o ser humano se sente motivado pelo seu trabalho, ele passa a exercer suas atividades profissionais de forma satisfatória, propiciando para a organização um melhor rendimento, além de tornar-se mais comprometido com o sucesso da mesma.

Tal consideração vai de encontro com as palavras de Chiavenato (2008, p.52) que defende que:

As pessoas formam o principal ativo da organização. Com isso vem a necessidade das organizações tornarem-se mais atentas a seus funcionários. Assim começaram a perceber que só podem crescer e manter sua continuidade se forem conscientes de investir em seus parceiros, principalmente os empregados.

Tal aspecto vem sendo muito valorizado pelos gestores empresariais, pois tem a percepção de que seu capital humano pode contribuir significativamente para os resultados positivos da empresa. Diante disto, vale ressaltar as palavras de Medeiros (2001, p.31) que traz o seguinte comentário: “o ser humano é o melhor negócio que qualquer empresa possa utilizar para superar seus próprios desafios. As pessoas integradas na organização contribuem na geração de resultados financeiros satisfatórios”.

Através dessa visão, as empresas que apresentam o reconhecimento profissional pelos seus recursos humanos, observarão profissionais interessados em contribuir para o sucesso da mesma, logo, passam a oferecer cargos que estejam de acordo com o seu perfil, estimulando seu crescimento e instigando a sua satisfação para que ele se sinta valorizado e produza melhor.

O reconhecimento é entendido como uma valiosa ferramenta de motivação, além de ser uma ponte para novas conquistas pessoais, profissionais e financeiras do colaborador, pois ao sentir-se reconhecido e, conseqüentemente, motivado, passa a oferecer benefícios para a empresa, tais

como: maior produtividade e alcance das metas através de resultados positivos.

As organizações empresarias estão na incessante competição do mercado em busca de resultados positivos. Nada melhor do que investir em seu capital humano para fazer com que esses resultados se tornem alcançáveis.

Quando o colaborador se sente valorizado por sua empresa, ele passa a usar a sua criatividade e conhecimento para promover melhorias e inovações, procurando identificar e buscar soluções para os problemas que possam surgir. O comprometimento dos funcionários não pode ser comprado pelas organizações, mas deve ser conquistado através de reconhecimento. A realização pessoal, o desejo de atingir seus objetivos, ser reconhecido e valorizado são alguns sinais mais conhecidos que motivam o ser humano.

Vale aqui salientar que um profissional motivado e reconhecido demonstra dedicação e empenho maiores e mais relevantes, seja na execução de tarefas, na gestão e até mesmo no convívio com os demais colaboradores no ambiente de trabalho. Políticas que visam esse objetivo devem ser adotadas e colocadas em práticas por gestores e pelas organizações para se possa obter um resultado positivo, beneficiando não só os funcionários, mas também a organização.

7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O reconhecimento profissional é essencial na vida profissional de todo ser humano, pois a tendência é que seu colaborador se sinta mais motivado e proativo, provocando assim o seu crescimento na empresa. Quando um funcionário cresce, a corporação cresce junto, pois contará com um time disposto a encarar desafios, superar obstáculos de uma maneira criativa e produzir com maior eficiência.

O reconhecimento é considerado um elemento de grande valia para a motivação e um instrumento eficaz em qualquer ambiente, pois os

colaboradores de uma empresa esperam que o esforço exercido para fazer um bom trabalho seja valorizado. Quando isso ocorre, o funcionário se sente realizado e procura manter ou melhorar o nível da sua atuação.

Ele traz a significação de que a empresa está reconhecendo ações concretas, o esforço, o talento, a dedicação e o comprometimento de seus colaboradores, por isso que é amplamente motivador, contribuindo para que os colaboradores passem a repetir e até melhorar a sua atuação de forma mais significativa, alavancando resultados inesperados numa equipe.

Entende-se que um funcionário motivado se torna muito mais produtivo, criativo, capaz de solucionar problemas, criar novas ferramentas para a empresa, motivar seus outros colegas e, principalmente, ser feliz em seu trabalho se ele for reconhecido pela sua potencialidade e competência.

Sentimentos como ser elogiado, ser valorizado, dar-se ao diálogo, ser tratado como um amigo, participar de concursos de funcionário do mês, entre outras, foram destacadas como ferramentas motivacionais e não custam muito caro para as organizações.

Outro aspecto importante que promovem a satisfação, reconhecimento e motivação do colaborador está relacionado com a sensação de importância que o mesmo acredita ter para a empresa, tornando-os comprometidos com a organização e fazendo com que eles apresentem um melhor desempenho profissional.

O papel do gestor é muito importante nessa hora, porque é ele quem vai observar os pontos fortes e fazer os devidos elogios, assim como os pontos a melhorar em cada profissional, de forma a incentivar tais melhoras. Nesta direção, os colaboradores tornam-se mais motivados, produtivos, pró-ativos e comprometidos com a organização.

O líder deve acompanhar o trabalho de seus funcionários, seus resultados em seu passo a passo, demonstrando interesse em seu progresso. Ele deve promover a comunicação com os mesmos, aproximando-se de forma holística, observando suas emoções e atitudes, sempre procurando o diálogo para solucionar os problemas que o colaborador possa vir a apresentar.

O líder também deve implementar programas de incentivo que vise o estabelecimento de metas, assim como uma bonificação salarial e/ou premiações que motivem os funcionários.

Este mesmo líder deve ainda buscar elogiar o colaborador pelo bom trabalho, por soluções criativas sugeridas, aumento de produção ou mais eficácia durante a produção de atividades. Dessa maneira, sua equipe se sentirá motivada a manter bons resultados e terão a sensação de liberdade e criatividade dentro da corporação.

A motivação é o primeiro passo para o sucesso da organização. Funcionários satisfeitos com seu trabalho e que se sentem respeitados e reconhecidos por aquilo que desenvolvem se tornam parceiros de negócio, fazendo muito além do que as suas obrigações, se preocupando com o andamento da empresa no mercado.

O reconhecimento pode ser realizado através de premiações, benefícios, treinamentos, capacitação e folgas, por exemplo. À escolha desse reconhecimento cabe a cada empresa perceber por meio da comunicação com os seus colaboradores e perfil dos mesmos.

Porém, vale salientar que os colaboradores que desejam ter o devido reconhecimento, precisam seguir alguns passos essenciais, são eles: o bom desempenho de suas funções, a interação saudável com os demais integrantes da empresa, estar sempre aberto a críticas e sugestões e acima de tudo, não forçar elogios ou recompensas, pois esse tipo de atitude é prejudicial não apenas à carreira do indivíduo como também a harmonia do ambiente organizacional.

Neste sentido, afirma-se que o reconhecimento, recompensa e motivação devem caminhar lado a lado com empresas e colaboradores, porque são elementos que fazem as pessoas satisfeitas e dispostas a crescer profissionalmente.

8 - REFERÊNCIAS

- ARENDDT, H. **A condição humana**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.
- BERGAMINI, C. W. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BERGAMINI, Cecília W. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. São Paulo: Atlas, 1997, p. 23-46.
- CHIAVENATO, I **Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações** – 2ª Ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas: o passo decisivo para a administração participativa**. São Paulo: Markon Books, 1994, 1992.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 3.ed rev. atual. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, P.F. **Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- FLEURY, M.T. **As pessoas na organização**. São Paulo: Gente, 2002.
- FREITAS, H. M. R., CUNHA, M. V. M., Jr., & Moscarola, J. (1997). **Aplicação de sistemas de software para auxílio na análise de conteúdo**. Revista de Administração da USP, 32(3), 97-109.
- GIL, A. C.. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo:Atlas, 2001.
-
- GIL, A. C.. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- HERSEY, Paul. **Psicologia para administradores: A teoria e as técnicas da liderança situacional**. São Paulo: EPU, 1986.
- HUNTER, J. C. **O Monge e o executivo: Uma história sobre a essência da Liderança**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.
- KNAPIK, J. **Gestão de pessoas e talentos**. 2. Ed. Curitiba: Xibpex, 2008.
- KOUZES, James M e POSNER, Barry Z. **O Desafio da Liderança**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 7ª edição.

MALHOTRA, N. **Pesquisa em Marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução a administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, A.C.A. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6 Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MEDEIROS, J. R. **O amor renovando o trabalho**. 3.ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

MELO, P. A. A.. **Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas**. 9.ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2010.

MENDES, A. M. B. **Aspetos psicodinâmicos da relação homem-trabalho: as contribuições de C. Dejours**. *Psicol. Cienc. Prof.*, v. 15, n. 1-3, p. 34-38. 1995. Disponível em: <http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/6855.pdf>. Acesso em: 20/03/2016.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOTTA, F.C.P.; VASCONCELOS, I.F.G. Situando o pensamento administrativo: as Escolas de Administração e o Paradigma Desenvolvimentista. In: MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Thomson, 2002.

RAMALHO, C. M. "Lazer na empresa: uma via para a responsabilidade éticosocial". In: MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e empresa**. Campinas: Papyrus, 1999.

ROBBINS, S.. **Administração: Mudanças e Perspectivas**. Editora Saraiva, 2002.

ROBBINS, S.. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

SCHERMERHORN, J.R. Jr. **Administração**. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Editora LTC – Livros Técnicos e Científicos S.A., 2001.

SEBRAE. **Trabalhador reconhecido fica mais motivado**. 2009. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Trabalhador-reconhecido-fica-mais-motivado>. Acesso em: 19/03/2016.

SROUR, R.H. – **Ética Empresarial – A gestão da reputação**. Rio de Janeiro, Campos, 2003.

STEFANINI, C.J. **Área Temática: Recursos Humanos – Motivando Sem Dinheiro**. São Paulo: Faculdade das Américas, 2007.

VASCONCELOS, A. F. Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas. **Cadernos de Pesquisa em Administração**, v.8, n.1, p. 23-35, 2001. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd136/qualidade-de-vida-do-trabalhador.htm>. Acesso em: 22/05/2015.

VERGARA, S.C. **Gestão de Pessoas**. 2º ed. São Paulo: Atlas, 2000.