
INCENTIVO À EDUCAÇÃO DENTRO DAS EMPRESAS COMO FERRAMENTA MOTIVACIONAL PARA OS COLABORADORES

Cadine Maria Avila da Silva

Eduardo Sobolewski

Giovanna Carla Erkmann

Juliana Bruch

Mônica Faustino

Acadêmicos do Curso de Administração - Famec

Carlos Gonzalez

Professor da Famec

carlos@famec.com.br

RESUMO

O presente artigo discute o incentivo à educação dentro das empresas como motivação para os colaboradores. O artigo está estruturado da seguinte maneira: um breve histórico sobre motivação, seus objetivos e teorias; as novas necessidades dos colaboradores nas empresas; uma análise sobre a educação no Brasil; a situação do incentivo à educação nas empresas em questão; e conclusão, onde analisamos a situação e expomos nossos argumentos de como seria importante às empresas incentivarem a educação no Brasil.

Palavras-chave: Incentivo à Educação. Motivação. Educação no Brasil.

INTRODUÇÃO

O presente artigo discute a motivação dentro das empresas visando o incentivo da educação primária, secundária e superior dentro do setor da produção e logística de três empresas escolhidas.

Atualmente, considera-se a educação um dos setores mais importantes para o desenvolvimento de uma nação. É através da produção de conhecimentos que um país cresce, aumentando sua renda e a qualidade de vida das pessoas. Embora o Brasil tenha avançado neste campo nas últimas décadas, ainda há muito para ser feito. A escola ou a faculdade tornaram-se locais de grande importância para a ascensão social e muitas empresas tem investido muito neste setor.

O principal método de pesquisa utilizado neste artigo foi o levantamento de dados através de entrevistas e questionários aplicados em três empresas distintas. “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” (GIL, 2002). A realização deste levantamento

procurou identificar os incentivos motivacionais voltados exclusivamente aos colaboradores das empresas. Neste artigo foi focado o incentivo à educação como ferramenta motivacional para os colaboradores e identificamos as diferenças existentes nas empresas pesquisadas. “Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições” (GIL 2002).

A revisão bibliográfica abordou os temas relacionados à motivação, a visão de alguns autores a respeito das teorias da motivação e também dados sobre a educação no Brasil coletados em sites relacionados com educação. “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL 2002).

MOTIVAÇÃO

Para Heller (1999), motivação é a força que nos estimula a agir. No passado, acreditava-se que essa força precisava ser injetada nas pessoas. Hoje, sabe-se que cada um de nós tem motivações próprias, geradas por fatores distintos. Pode-se notar a motivação de diversos modos. Sempre vale a pena observar se a equipe revela-se otimista, voluntária ou apta para novas oportunidades. Um grupo no qual cada integrante se preocupa com os interesses dos outros costuma ser uma fonte de motivação; outro fator é a atitude das pessoas em relação ao trabalho.

Vianna (1999) considera que o Brasil está caminhando, ainda que a passos tímidos. Parece que começa a existir um princípio de reviravolta no paradigma da realidade das empresas. O conjunto positivo de clima, ambiente, motivação e felicidade dos empregados é um fator de sucesso para quem deseja implementar uma trajetória de desenvolvimento estratégico de longo prazo em sua organização. Pelo menos é assim que deveria ser analisado e, felizmente, é nisso que acredita uma pequena, mas representativa parcela dos empresários e executivos brasileiros.

Para Kondo (1994), podem-se descobrir diversos caminhos para tratar da motivação humana, prestando-se atenção não apenas às diferenças de personalidade, que são evidentes nas pessoas, mas também aos traços humanos comuns que existem debaixo dessas diferenças, ou seja, a natureza humana.

Autores argumentam que é pretensão pensar que um ser humano possa motivar seus semelhantes. Embora seja preciso reconhecer a existência de tal restrição, todos estão cientes da necessidade e da importância da motivação. Existem especialistas e técnicas voltados especificamente à motivação e que quando usam essas técnicas fazem com que os funcionários trabalhem melhor sem nenhum benefício próprio.

Motivação é necessidade de todos. É muito difícil conquistar metas e objetivos se ela simplesmente não existe no vocabulário. Entende-se então que os objetivos da motivação são:

- Encorajar empregados potenciais a ingressar na empresa,
- Estimular os empregados a produzir mais a desempenhar suas funções com eficácia,
- Encorajar empregados a permanecer na empresa.

NOVAS NECESSIDADES DOS COLABORADORES NAS EMPRESAS

O empregado pode buscar, além de salário, estabilidade, desafio, possibilidades de crescimento e de aprendizagem. Por sua vez a empresa procura manter aqueles que, além de assíduos e pontuais, mostrem lealdade, empenho na redução de custos, capacidade produtiva e compromissos com seus objetivos. Para tanto, faz-se necessário conhecer algumas necessidades inovadoras.

Impulsos básicos: Estimulam comportamentos que visam satisfazer necessidades básicas, baseadas na fisiologia. Exemplo: ar, água, sexo, evitar a dor e equilíbrio biológico interno. Podem ser influenciado pela cultura:

Motivos sociais: surgem para satisfazer as necessidades de sentir-se amado. Está intimamente ligado ao contato com outros seres humanos, o que é decisivo para o sucesso em ajustamento.

Motivos para estimulação sensorial: As pessoas e outros animais precisam desta estimulação, que pode ser um estímulo externo ou interno, auto-estimulação, como cantar de boca fechada, por exemplo. Sem esses estímulos, que são experiências sensoriais, os indivíduos alucinam, no intuito ainda de gerar auto-estimulação.

Motivos de crescimento: são os que levam o indivíduo ao aperfeiçoamento pessoal, sem se importarem com o reconhecimento. Acham-se intimamente ligados aos motivos de

estimulação, exploração e manipulação sensoriais. O motivo de realizações muitas vezes é considerado um motivo de crescimento.

Idéias como motivo: As idéias podem ser intensamente motivadoras, proporcionando comportamentos motivados por sugestões, que podem até mesmo comprometer a integridade física do indivíduo. Essas idéias podem gerar conflitos, quando ocorre a dissonância cognitiva, mas geralmente as pessoas são motivadas a manterem suas cognições coerentes.

A base para a motivação é o reconhecimento e o exercício dos fatores humanos relacionados com o conteúdo do trabalho, particularmente a criatividade e a sociabilidade. Isso provavelmente não mudará enquanto o ser humano existir sobre a face da terra, independentemente de raça ou região. Entretanto, as prioridades para as quais a motivação deve se voltar irão mudar conforme as tendências da sociedade, que passa por grandes transformações.

De acordo com Kondo (1989), as empresas estão:

- Promovendo internacionalização;
- Desenvolvendo novos negócios;
- Destinando recursos para pesquisas e desenvolvimento;
- Valorizando as atividades de marketing e de vendas.

Com isso querem que seus funcionários tenham capacidade de corresponder às mudanças. O problema passa, agora, a como corresponder a essas necessidades das empresas e, ao mesmo tempo, corresponder às necessidades individuais.

TEORIAS DE CONTEÚDO DA MOTIVAÇÃO

As teorias de conteúdo da motivação concentram-se nas necessidades internas que motivam o comportamento. Num esforço para reduzir ou satisfazer suas necessidades, as pessoas agem de determinadas maneiras. Esta abordagem é associada a pensadores como Maslow, McGregor, Herzberg, Atkinson e McClelland.

A hierarquia das necessidades de Abraham Maslow, provavelmente recebeu mais atenção dos administradores do que qualquer outra teoria da motivação, já que classifica as necessidades humanas de modo lógico e conveniente, com implicações importantes para os administradores.

Maslow via a motivação humana como uma hierarquia de cinco necessidades, que iam de das necessidades mais básicas à mais elevadas de auto-realização.

De acordo com Maslow, os indivíduos serão motivados a satisfazer a necessidade que para eles estiver preponderante, ou mais forte, num determinado momento. A preponderância de uma necessidade depende da situação do indivíduo no momento e de suas experiências recentes. Partindo das necessidades físicas, que são as mais básicas, cada necessidade deve ser ao menos parcialmente satisfeita antes do indivíduo desejar satisfazer uma necessidade no próximo nível acima.

Uma conclusão óbvia da teoria de Maslow é que os empregados precisam de um salário suficiente para alimentar, abrigar e proteger a si mesmos e às suas famílias de um modo satisfatório, bem como de um ambiente de trabalho seguro, antes dos administradores tentarem oferecer incentivos destinados a dar-lhes estima, sentimentos de participação ou oportunidades de crescimento. As necessidades de segurança incluem estabilidade no trabalho, estar livre de coação ou de tratamento arbitrário, e regulamentos claramente definidos.

Na organização moderna tanto as necessidades fisiológicas como as de estabilidade são em geral (mas nem sempre) atendidas satisfatoriamente. O aspecto seguinte na hierarquia é a necessidade de participar e de ser amado. Isso é sentido com mais força dentro da família, mas também afeta o ambiente de trabalho. A não ser que se vejam como parte integrante da organização, os empregados irão sentir-se frustrados por uma necessidade de participação não atendida e provavelmente não responderão às oportunidades e incentivos de ordem mais elevada.

Maslow descreveu dois tipos de necessidade de estima, o desejo de realização e competência e o desejo de status e reconhecimento. Em termos organizacionais, as pessoas querem ser boas em seus trabalhos; também querem sentir que estão realizando algo importante quando fazem esse trabalho. Como administradores, podendo atender aos dois tipos de necessidade de estima proporcionando trabalhos que desafiem e envolvendo os subordinados no estabelecimento de objetivos e nas decisões.

Herzberg concluiu que a satisfação e a insatisfação no trabalho decorrem de dois conjuntos separados de fatores. Essa teoria foi chamada de teoria dos dois fatores.

Entre os fatores de insatisfação (fatores higiênicos) estavam o salário, as condições de trabalho e a política da empresa, todos eles afetavam o contexto em que o trabalho era

realizado. O mais importante desses fatores é a política da empresa, que segundo muitos indivíduos podem ser uma grande causa de ineficiência e ineficácia. Os pontos positivos atribuídos a esses fatores não levavam à satisfação no trabalho, mas meramente à ausência de insatisfação.

Entre os fatores de satisfação (fatores motivantes) estão a realização, o reconhecimento, a responsabilidade, e o progresso, todos eles relacionados ao conteúdo do trabalho e às recompensas ao desempenho profissional.

REVISANDO AS TEORIAS DA MOTIVAÇÃO

O estudo da motivação no trabalho é o foco central do debate sobre a motivação humana e as organizações. As teorias da motivação tratam das forças propulsoras do indivíduo para o trabalho e estão normalmente associadas à produtividade e ao desempenho, despertando o interesse de dirigentes.

Desta forma, o crescimento dos estudos da motivação para o trabalho se dá pela possibilidade de atender o sonho dos dirigentes de criar um motor propulsor, um combustível que mantenha o homem trabalhando, conforme as expectativas da organização.

Executivos e chefes gostariam de ver seus funcionários motivados e integrados com os objetivos da empresa de forma a atingir o máximo de produtividade. Ao perder o sentido do trabalho com sua crescente divisão, as teorias motivacionais têm se transformado em sucedâneos na busca da motivação. A busca de teorias perde o foco no homem. Os indivíduos se tornam um meio para a busca dos fins definidos pela organização devido ao uso de padrões organizacionais de motivação. O indivíduo passa a ser instrumentalizado.

A fragmentação do trabalho nas organizações produtivas e a alienação daí decorrente levou muitas pessoas que trabalham nas organizações contemporâneas a aceitarem como absolutamente normal desempenhar atividades que não fazem o menor sentido. (...) A motivação do empregado só se tornou uma questão organizacional porque o próprio trabalho, pela excessiva fragmentação, perdeu o sentido. As teorias motivacionais têm procurado oferecer aos gerentes os corantes e aromatizantes artificiais para tornar tolerável uma atividade que já não faz sentido. (SIEVERS, 1998, p. 22)

Podem-se separar as teorias de motivação em grandes correntes, que se diferenciam quanto à visão do que seria a força propulsora para o trabalho. Estas correntes seriam: os etologistas, que sugerem ser a conduta instintiva de cada espécie animal e a busca por

adaptação ao meio a maior motivação para a ação, inclusive dos homens; os behavioristas, que acreditam que a força propulsora são os estímulos externos através do processo de aprendizagem; os cognitivistas, que acreditam que a motivação depende da representação que os indivíduos possuem do meio, o que inclui um conjunto complexo de fatores como percepção, pensamento, valores, expectativas e aprendizagem; a psicanálise, que enfatiza as motivações inconscientes derivadas de pulsões biológicas e experiências passadas, principalmente durante a infância; e um grupo de teóricos que procuram compreender o ser humano na sua vivência concreta, evitando assim os reducionismos (SIEVERS, 1998).

No sentido de melhor compreender a relação existente entre a motivação humana e as organizações, nesta seção serão abordadas as teorias da motivação mais freqüentemente utilizadas pelos teóricos da administração.

OS BEHAVIORISTAS E A MOTIVAÇÃO

Tanto os behavioristas, quanto os cognitivistas, desenvolveram uma teoria na qual a motivação fundamenta-se no princípio do hedonismo, que afirma que os indivíduos buscam o prazer e afastam-se do sofrimento. Acreditam que as pessoas se comportam de forma a maximizar certos tipos de resultados de suas ações, ou seja, dão ênfase à aprendizagem. Sua abordagem é histórica porque o que motiva o comportamento são as conseqüências dos efeitos produzidos pelo comportamento passado dos indivíduos (BERGAMINI, 1990).

O pressuposto fundamental dos behavioristas, que os diferencia dos cognitivistas, é que a força que conduz o comportamento motivado está fora da pessoa, nasce de fatores extrínsecos que são soberanos a sua vontade. Desta forma, para os behavioristas existe uma ligação necessária entre o estímulo externo e a resposta comportamental. Trata-se de uma espécie de acomodação do organismo vivo às modificações operadas no meio ambiente (BERGAMINI, 1990).

Assim, pelo reforço, ou recompensa, a motivação passa a ser vista como um comportamento reativo, que leva ao movimento.

Bergamini afirma que:

a motivação passa a ser compreendida como um esquema de ligação estímulo-resposta (...) e que o homem pode ser colocado em movimento por meio de uma seqüência de hábitos que são o fruto de um condicionamento imposto pelo poder das forças condicionantes do meio exterior (1990, p. 26).

A teoria behaviorista pode representar, de certa forma, um perigo ao se chegar indevidamente à percepção de que o homem está verdadeiramente motivado, quando na verdade está apenas alterando seu comportamento, reagindo ao meio exterior e se movimentando. Assim, a crença de que se pode dirigir o comportamento das pessoas a partir de uma programação controlada, independente de suas vontades, ameaça o sentido da identidade pessoal definido e mantido ao longo de toda a vida.

OS COGNITIVISTAS E A MOTIVAÇÃO

Os cognitivistas, ao contrário dos behavioristas, acreditam que os indivíduos possuem valores, opiniões e expectativas em relação ao mundo que os rodeia e que assim também são direcionados em seus comportamentos, só que desta vez, baseados nas representações internas. Isto é, os indivíduos possuem representações internalizadas do seu ambiente que envolvem os processos de percepção, pensamento, e aprendizagem. De acordo com estas representações os indivíduos formam objetivos e lutam para atingi-los (AGUIAR, 1992).

Segundo Motta:

Os indivíduos possuem objetivos e expectativas que desejam alcançar e agem intencionalmente, de acordo com suas percepções da realidade. (...) As intenções dependem das crenças e atitudes que definem a maneira de um indivíduo ver o mundo, ou seja, suas percepções. (1986, p.124).

Em oposição aos behavioristas, que acreditavam que é possível e necessário aprender a motivar os outros, os cognitivistas acreditam que ninguém jamais pode motivar quem quer que seja, uma vez que as ações humanas são espontâneas e gratuitas, tendo como origem suas impulsões interiores. Todavia, não podemos esquecer que os indivíduos tendem a buscar o prazer e se afastar do sofrimento, mas desta vez "a escolha feita em determinada situação é ocasionada pelos motivos e cognições próprios do momento em que faz a escolha", conforme indica Aguiar (1992, p. 256).

A PSICANÁLISE E A MOTIVAÇÃO

A administração busca em Freud contribuições para a teoria das motivações, uma vez que este aborda a motivação de uma forma dinâmica que se baseia em forças internas que direcionam o comportamento. Estas forças internas seriam os instintos (libido) que fornecem uma fonte fixa e contínua de estímulo, sendo algumas vezes conscientes e outras inconscientes. As pessoas em alguns momentos estão conscientes das motivações de suas

ações, só que muitas vezes são comandadas pela necessidade de liberação e satisfação dos instintos (AGUIAR, 1992).

Segundo Aguiar (1992) a principal contribuição da teoria psicanalítica está na ênfase que Freud dá à dependência que o comportamento adulto mantém em relação às experiências da infância.

Para Aguiar:

A ênfase no passado do indivíduo e nos instintos como forças motivadoras realmente caracteriza a abordagem histórica e o determinismo biológico da teoria psicanalítica. (...) o determinismo biológico deve-se ao fato de que os instintos são herdados e determinam o comportamento humano. (1992, p. 257).

Assim, a principal contribuição de Freud encontra-se no fato de considerar o homem prisioneiro de sua hereditariedade, de seu passado e de seu meio.

FATORES HIGIÊNICOS - CONDIÇÕES EM QUE O TRABALHO É REALIZADO

Herzberg divide as necessidades como sendo de satisfação no trabalho e de motivação. A satisfação no trabalho está relacionada com as condições em que o trabalho é realizado - supervisão, relações interpessoais, condições físicas, salários, benefícios etc. Estas condições podem ser chamadas de fatores higiênicos, pois estão relacionados com a necessidade de se afastarem de condições desagradáveis.

Já as necessidades de motivação no trabalho estão diretamente relacionadas com a tarefa ou o trabalho, e tratam das necessidades de desenvolvimento do potencial humano e da realização de aspirações individuais- liberdade, criatividade e inovação. Aguiar (1992, p. 269) chega à conclusão que Herzberg transforma o indivíduo num meio para se atingir os fins da organização.

Conforme Aguiar:

Herzberg toma o meio social, a organização, como a fonte motivadora do indivíduo. Toma o indivíduo como meio e transforma os seus desejos na necessidade da organização. A organização através dos fatores motivacionais manipula o indivíduo, motiva-o. Reduz a auto-realização à realização da tarefa. O indivíduo se motiva no trabalho pelos fatores que se relacionam diretamente com o trabalho. (1992, p.269).

A TEORIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW

A teoria da motivação humana de Maslow é a essência de uma hierarquia das necessidades humanas, constituída pelas necessidades biológicas, psicológicas e sociais. Para desenvolver esta teoria Maslow se baseou em experiências clínicas e nos fundamentos

teóricos de James e Dewey, no holismo da psicologia gestáltica e no dinamismo de Freud, Reich, Jung e Adler (AGUIAR, 1992).

Assim, pode-se dizer que sua teoria considera o ser humano na sua totalidade, ao contrário das abordagens apresentadas anteriormente, já que inova ao mesclar diferentes fundamentos, dando ênfase à integração dinâmica dos aspectos biológicos, psicológicos e sociais.

Maslow vê o ser humano como eternamente insatisfeito e possuidor de uma série de necessidades, que se relacionam entre si por uma escala hierárquica na qual uma necessidade deve estar razoavelmente satisfeita, antes que outra se manifeste como prioritária. Nesta hierarquia, o indivíduo procura satisfazer suas necessidades fisiológicas, fundamentais à existência, e necessidades de segurança, antes de procurar satisfazer as necessidades sociais, as necessidades de estima e auto-realização (AGUIAR, 1992).

O conceito de auto-atualização tem relevante papel na teoria de Maslow que o definiu como o uso e a exploração plenos de talentos, capacidades, potencialidades etc. (FADIMAN, 1979). Para Maslow, auto-atualizar significa fazer de cada escolha uma opção pelo crescimento, escolha esta que depende de o indivíduo estar sintonizado com sua própria natureza íntima, responsabilizando-se por seus atos, independentemente da opinião dos outros.

Seguindo a tradição do conhecimento ocidental, as teorias da motivação têm realizado grandes reducionismos ao tentar explicar a motivação humana. Mesmo aquelas teorias que procuram compreender o homem de uma forma mais integrada, considerando-o em sua totalidade, quando transportadas para o campo da administração, têm o significado de seus conceitos alterados. São utilizadas para legitimar práticas que visam a resultados imediatos para as organizações muitas vezes em detrimento dos interesses dos indivíduos que parecem defender. Como alternativa à tradição ocidental do conhecimento e as teorias científicas da motivação, apresentaremos a seguir as concepções de conhecimento, autenticidade e motivação segundo a Fenomenologia Existencial (FADIMAN, 1979).

ESCOLARIDADE NO BRASIL (PORTAL MEC) – A FORMA DE QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Pesquisas na área educacional apontam que um terço dos brasileiros freqüentam diariamente a escola (professores e alunos). São mais de 2,5 milhões de professores e 57 milhões de estudantes matriculados em todos os níveis de ensino. Estes números apontam um crescimento no nível de escolaridade do povo brasileiro, fator considerado importante para a melhoria do nível de desenvolvimento no país.

Uma outra notícia importante na área educacional diz respeito ao índice de analfabetismo. Recente pesquisa do PNAD - IBGE mostra uma queda no índice de analfabetismo no país nos últimos dez anos, 1992 a 2002. Em 1992, o número de analfabetos correspondia a 16,4% da população. Esse índice caiu para 10,9% em 2002. Ou seja, um grande avanço, embora ainda haja muito a ser feito para a erradicação do analfabetismo no Brasil.

Esta queda no índice de analfabetismo deve-se, principalmente, aos maiores investimentos feitos em educação no Brasil nos últimos anos. Governos municipais, estaduais e federais tem dedicado uma atenção especial a esta área. Programas de bolsa educação tem tirado milhares de crianças do trabalho infantil para ingressarem nos bancos escolares. Programas de Educação de Jovens e Adultos (EJAs) também tem favorecido este avanço educacional. Tudo isto, aliado as políticas de valorização dos professores, principalmente em regiões carentes, tem resultado nos dados positivos.

Outro dado importante é a queda no índice de repetência escolar, que tem diminuído nos últimos anos. A repetência acaba tirando muitos jovens da escola, pois estes desistem. Este quadro tem mudado com reformas no sistema de ensino, que está valorizando cada vez mais o aluno e dando oportunidades de recuperação. As classes de aceleração também estão dando resultados positivos neste sentido.

A LDB, Lei de Diretrizes e Bases da Educação, aprovada em 1996, trouxe um grande avanço no sistema de educação no Brasil. Esta lei visa tornar a escola um espaço de participação social, valorizando a democracia, o respeito, a pluralidade cultural e a formação do cidadão. A escola ganhou vida e mais significado para os estudantes adquirirem conhecimento e desenvolver competências para ingressarem no mercado de trabalho.

ESCOLAS COM PATROCÍNIO PRIVADO EM BUSCA DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Estudo mostra que 82% dos investimentos sociais das empresas vão para a educação.

Três estudos divulgados pelo Ministério da Educação mostraram um cenário pouco animador no ensino público brasileiro. O Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb), Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) e Censo da Educação Básica trouxeram à tona um péssimo cenário, com aumento de evasão escolar e piora no desempenho dos alunos nos últimos dez anos. No caso do Enem, por exemplo, o desempenho médio dos quase três milhões de estudantes foi considerado o pior desde 2002.

Ao mesmo tempo, nunca os grupos empresariais brasileiros investiram tanto em educação dentro de suas estratégias de responsabilidade social (VIALLI, 2007). Segundo o último estudo do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), de dezembro de 2006, 82% das empresas e fundações ligadas à entidades priorizam a educação. Dos R\$440 milhões investidos em programas sociais em 2006, R\$124 milhões foram destinados à educação.

“Há muito investimento privado em educação, mas nem tanto foco”, diz Tomas Zinner, presidente do conselho Instituto Unibanco, entidade que apoiou o estudo do Gife. Esses investimentos privados poderiam ser potencializados se houvesse mais integração entre os projetos das empresas e as Secretarias de Educação.

Mas já existem iniciativas bem sucedidas. O Grupo Pitágoras, de Minas Gerais, criou um sistema de gestão para escolas públicas que já é considerado referência na América Latina. O programa, batizado de Sistema de Gestão Integrado (SGI), leva para as escolas municipais um método de gestão e avaliação semelhante ao utilizado na rede particular. Tudo é feito em parcerias com as secretarias municipais de ensino, com recursos de grandes empresas – como Gerdau, Votorantim, Belgo Arcelor, Embraer e Maxiton.

Como era uma empresa, todos os envolvidos na educação - secretários, diretores, professores, alunos e seus pais – têm um plano de metas. “Cada aluno passa a ter seu portfólio de aprendizagem, como metas pessoais e monitoração de resultados”, explica Evando Neiva, presidente da Fundação Pitágoras, braço social da rede de escolas. O Programa já atende 28 municípios em quatro Estados e alcançou 207 mil alunos na rede pública em 2006.

De acordo com Neiva, as empresas já sofrem os efeitos da educação de baixa qualidade, por isso vem crescendo o interesse dos grandes grupos de investir na área de educação.

“Muitas empresas já vêm seus projetos de expansão limitados por falta de profissionais qualificados, o que pode ser mudado, com a melhoria da educação como um todo”, diz Neiva.

DIAGNÓSTICO DAS EMPRESAS PESQUISADAS

As empresas pesquisadas possuem características diferentes e ao serem analisadas revelaram dados importantes para esta pesquisa, onde as amostragens desvendaram informações pertinentes ao estudo sobre o incentivo à educação para seus colaboradores.

Empresa “A”

Ramo: Cosméticos

Área pesquisada: Produção

Número de funcionários no setor: 50

Funções: Envasador, tampador e embalador

Forma de pesquisa: Questionário e entrevista

Amostra: 20% da população (50)

Nível de escolaridade para o cargo: nenhum

No caso da Empresa “A”, segundo a coordenadora do setor da produção, a empresa oferece incentivo aos estudos. Já 60 % dos colaboradores pesquisados não percebem esse incentivo por parte da empresa, nunca lhes foi oferecido. Segundo pesquisa, que confronta com a resposta da coordenadora, quando a iniciativa parte dos colaboradores da empresa, essa analisa e oferece o incentivo ao estudo. Também se percebe que não há perspectiva de crescimento profissional por parte dos colaboradores da empresa, esses não se motivam à um possível crescimento e contudo não acham necessário estudar.

O perfil das pessoas efetivadas nesta empresa no setor da produção é de baixo poder aquisitivo, baixa instrução, faixa etária superior a 30 anos, pessoa casada e de preferência que já possua filhos. Isso se percebe pelo fato de que no setor da produção desta empresa, o trabalho é simples e repetitivo, não necessitando, assim, de colaboradores pensantes. Na visão da empresa, pessoas com este perfil são mais acomodadas e sem perspectiva de crescimento profissional.

Empresa: “B”

Ramo: Alimentos

Área pesquisada: Produção

Número de funcionários no setor: 13

Funções: Auxiliar geral, auxiliar de mistura e operador de máquina

Forma de pesquisa: Questionário e entrevista

Amostra: 10% da população (130)

Nível de escolaridade para o cargo: segundo grau completo

Nesta empresa o incentivo ao estudo está bem mais claro do que na empresa anterior. Existe um incentivo chamado “Prata da Casa” que consiste na oportunidade de crescimento interno que solicita uma graduação de acordo com as necessidades da vaga. Esta oportunidade é passada ao setor de Recursos Humanos da empresa e repassada aos líderes de setor que por sua vez comunicam aos colaboradores como parte da motivação para o contínuo interesse aos estudos das qualificações solicitadas no incentivo “Prata da Casa”.

A empresa também possui parcerias com escolas de inglês e informática e oferece descontos de 10 a 20% nas mensalidades com comprovação de vínculo com a empresa.

Na pesquisa feita, foi analisado que somente os colaboradores de 18 a 26 anos se interessam pelas vagas oferecidas no incentivo “Prata da Casa” e são esses que se empenham para enriquecer seus currículos e correr atrás das vagas ofertadas. Nos cursos também são esses mesmos que se interessam, sendo que os mais velhos não se sentem capacitados para estudar.

A empresa oferece o incentivo “Bolsa Auxílio” para cursos técnicos e faculdades, pois o segundo grau já é requisito básico para entrar na empresa. Esse benefício varia de 40 a 50% de desconto nas mensalidades e se estende para todos da empresa.

Percebe-se que, mesmo que a empresa ofereça todos esses benefícios, muitos colaboradores são acomodados e não se motivam para continuar os estudos ou mesmo se aperfeiçoarem. Neste caso a motivação e o incentivo são dados e mesmo assim muitos colaboradores se negam à aceita-los.

Empresa: “C”

Ramo: Metalúrgica

Área pesquisada: Setor de Logística
Número de funcionários no setor: 12
Funções: Almojarifes
Forma de pesquisa: Entrevista
Amostra: 100% da população (12)
Nível de escolaridade para o cargo: segundo grau

Esta empresa possui incentivo aos estudos como motivação para seus colaboradores e possui algumas regras para tal oportunidade. É pago 80% da mensalidade do curso superior e se o colaborador for aprovado em todas as matérias recebe mais 10%. Caso desista do curso terá que devolver o dinheiro investido nele pelo período que estudou, isso ocorre para que o colaborador não desista e possa terminar seu curso. A empresa também oferece 200 horas de curso de idioma (inglês) pagos 100% pela a empresa, mediante aprovação do gestor da área. Para a área de produção são necessários que todos façam o curso de matemática básica, leitura e interpretação de desenhos, pois a área necessita de pessoas capacitadas nestes cursos acima. Esses também pagos totalmente pela empresa.

Na pesquisa observou-se que 80% do setor de logística fazem algum tipo de curso superior ou tecnólogo. Isso faz com que o nível de instrução de todos se iguale e a satisfação dos colaboradores e da própria empresa fica evidente.

Neste caso, todos saem ganhando, a empresa recebe incentivo fiscal para possuir tal oportunidade de estudos dentro da organização e os colaboradores enriquecem seu currículo com uma graduação ou formação.

CONCLUSÃO

O maior desafio para os administradores atualmente não é gerir capital, e sim pessoas. O gerenciamento adequado do capital humano nas organizações trás excelentes resultados e é no desenvolvimento deste que as empresas diferenciam-se no mercado. Especialmente nas pequenas empresas, a falta de gestores voltados para seus recursos humanos, tem dificultado o crescimento e o sucesso destas, dando espaço para as grandes organizações dominarem o mercado e absorverem os bons profissionais.

As empresas são constituídas de pessoas. Sem as pessoas não adianta ter os melhores sistemas de informática, a melhor estrutura física, até mesmo o melhor produto. Sem pessoas motivadas perde-se o maior recurso, perde-se a maior ferramenta competitiva, a ação consistente e direcionada na busca de resultados práticos e reais.

Para trabalhar a força humana de modo que todos dêem o máximo de si, é necessário ter pessoas motivadas e satisfeitas com aquilo que fazem, assim desenvolverão com melhor qualidade suas atividades e perseguirão objetivos com maior eficácia, portanto, torna-se indispensável a qualquer empresa, independentemente do seu porte, empreender esforços para possibilitar que as pessoas sintam-se motivadas. O presente artigo focalizou as empresas que investem na educação dos funcionários como ferramenta motivacional.

Os investimentos realizados pelas empresas na área de educação são, no âmbito interno, voltados para os funcionários e seus dependentes, destacando-se aqueles que visam elevar o grau de escolaridade do trabalhador e promover capacitação profissional do mesmo.

Investindo na educação dos funcionários as empresas garantem uma série de vantagens, tais como: aumento da motivação dos funcionários, aumento da produtividade e da fidelidade dos funcionários (redução de custos devido a baixa rotatividade), descoberta de novos talentos, habilidades, e lideranças, vantagens no recrutamento de novos funcionários, pela preferência dada às empresas que incentivam o desenvolvimento pessoal e profissional através do incentivo à educação, e até mesmo a valorização das marcas, produtos e serviços associados à postura ética e social destas empresas, podendo representar ganhos de participação de mercado.

De acordo com as pesquisas realizadas nas empresas A, B e C, observa-se que a política da empresa e a visão dos gestores são fatores determinantes na questão de incentivo à educação dos funcionários. Nas empresas em que os gestores não consideram o incentivo à educação dos funcionários como uma prática vantajosa “para a empresa” percebe-se que o investimento nessa questão é praticamente inexistente. Conseqüentemente os funcionários sentem-se desmotivados e sem perspectivas de crescimento. Há uma certa acomodação, tanto por parte dos gestores quanto por parte dos geridos.

Já nas empresas que adotam políticas favoráveis ao desenvolvimento pessoal e profissional dos funcionários, percebe-se que o investimento na educação é muito valorizado. Nessas empresas acredita-se que investir no capital humano traz inúmeros benefícios, tanto em termos tangíveis (redução de custos, aumento de produtividade, etc.) quanto em termos intangíveis (aumento motivação, melhoria da imagem interna e externa da empresa, etc.). Os

funcionários demonstram-se motivados, valorizados e possuem perspectiva de crescimento. Sentem “orgulho” da empresa aonde trabalham, contribuindo assim para a construção de um ambiente de trabalho agradável.

Dessa forma, conclui-se que investir na educação dos funcionários há muito tempo deixou de ser apenas mais um “custo” para a empresa. Trata-se de “investimento” com retorno garantido.

Cada vez mais, as empresas estão buscando alcançar a excelência através do investimento no capital humano, uma vez que esse capital constitui o ativo que mais traz retorno à organização. Investir nas pessoas que compõem essa força de trabalho, buscando seu desenvolvimento e crescimento, em consonância com as estratégias organizacionais, acarretará num incremento significativo nos resultados da empresa.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Maria Aparecida F. de. **Psicologia aplicada à administração**. São Paulo: Excellus e Consultoria, 1992.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação**. São Paulo. Atlas, 1989

BERGAMINI, Cecília Whitaker. O que é motivação. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 21, n. 4, p. 3-8, out./dez. 1986.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Características motivacionais nas empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 30, n. 4, p. 41-52, out./dez. 1990.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Mitos, crenças e mal entendidos. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 23-34, abr./jun. 1990.

BRASIL, Educação. Disponível em: <www.suapesquisa.com/educacaonobrasil>. Acesso em: 10 jun. 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo. Atlas, 2002.

HELLER, Robert. **Como motivar pessoas**. São Paulo: Publifolha, 1999.

KONDO, Yoshio. **Motivação humana**. São Paulo: Gente, 1994.

LESSA, Jadir. **A construção do poder pessoal**. Rio de Janeiro: Editora da Saep, 1999.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Portal**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br>>. Acesso em: 10 jun. 2007.

MOTTA, Paulo Roberto. Todo mundo se julga vitorioso, inclusive você: a motivação dirigente. **Revista de Administração Pública**, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 117-29, jan./mar. 1986.

SEIEVERS, Burkard. Além do sucedâneo da motivação. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 30, n. 1, p. 5-10, jan./mar. 1990.

VIALLI, Andréa. **Escola com Patrocínio Privado**. Disponível em: <www.pedeverba.com>. Acesso em: 10 jun. 2007.

VIANNA, M. A. F. **Motivação, liderança e lucro**. São Paulo. Gente, 1999.