

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DANIELLE FRANCHETTO PEREIRA

**QUALIDADE DE VIDA ATRAVÉS DA PRÁTICA DE ESPORTES PARA
MOTIVAR FUNCIONÁRIOS.**

**CURITIBA
2011**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DANIELLE FRANCHETTO PEREIRA

**QUALIDADE DE VIDA ATRAVÉS DA PRÁTICA DE ESPORTES PARA
MOTIVAR FUNCIONÁRIOS.**

**Monografia de conclusão do curso
apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de especialista em
Marketing Empresarial pela Universidade
Federal do Paraná - UFPR**

**Orientador: Prof. Dr. Romeu Rossler
Telma**

CURITIBA

2011

Sumário

Resumo	
1. Introdução	6
Justificativa	6
Objetivos	7
Objetivos Gerais	8
Objetivos Específicos	9
2. Estudo das Organizações	9
2.1. Seres Motivados pelo Avanço	9
2.2. Mundo Corporativo X Funcionários	10
2.3. O papel do Recursos Humanos (RH) na Motivação do Funcionário em uma Organização	11
2.4. A semelhança do Mundo Corporativo na Satisfação com Atletas do Mundo Esportivo	14
3. Comportamento no esporte X Atitudes no Trabalho	17
3.1. Pirâmidedo Sucesso	18
4. Como o endomarketig influencia na motivação dos colaboradores	21
4.1 .A importância da Ginástica Laboral	22
5. A Busca pela Excelência	29
Conclusão	32
Referência	33

Agradecimentos

Primeiro agradeço a Deus por estar em meu lado em mais esta etapa de minha vida.

Aos meus pais dos quais sempre tive o apoio necessário.

Ao quadro de professores desta Pós que contribuíra por mais um aprendizado.

RESUMO

O presente estudo se atém a analisar que dentre o mundo moderno as pessoas “correm” e deixam muitas vezes de curtir a vida de uma forma mais prazerosa. Esquecem de cuidar da saúde e não pensam em mais produtividade em seu trabalho, o cargo, o dinheiro acaba tendo uma importância maior. Mais na realidade esquecem que para atingir isso, precisam suar muito a camisa e batalhar muito. Para isso precisam estar motivados e felizes em seu trabalho. Portanto vamos estudar a importância de motivar funcionários a praticar esportes para lhes trazer qualidade de vida e bem-estar e conseqüentemente melhorias no desempenho no trabalho, com mais saúde e produzindo melhor.

Palavras-chaves:

Motivação - bem-estar - qualidade de vida

1. INTRODUÇÃO

O ritmo das mudanças na economia mundial foi sensivelmente alterado em função das novas tecnologias em transportes e comunicações. Esse fenômeno, que não é novo, foi chamado de Globalização.

A internacionalização dos negócios terminou por induzir a transformação dos mercados, que agora se voltam para o setor de serviços com maior interesse e disposição de investimentos.

E quando falamos em serviços, fundamentalmente tratamos da interferência direta do ser humano na idealização, preparação e execução de atividades que terminam por formatar o produto que é entregue ao cliente.

Há mais de 50 anos o Marketing foi descoberto e tornou-se a principal alavanca de crescimento dos negócios em larga escala. Os reflexos sobre a produção industrial foram diretos e imediatos. O setor cresceu. O mesmo movimento parece acontecer em relação ao Endomarketing e o setor de serviços.

Pode-se imaginar o quanto o Endomarketing será importante para o crescimento dos negócios nesse cenário. E o quanto representará para as empresas que souberem como estruturar seus planos de abordagem aos empregados, visando a máxima qualidade do produto ou serviço que oferecem aos seus clientes.

Empresas de todo o mundo têm tratado o tema com maior cuidado, especialmente a partir do advento da Globalização, que acelerou os processos de troca e a interconexão dos mercados, incluindo gradualmente o Endomarketing na pauta de discussões estratégicas que, direta ou indiretamente envolvem os recursos humanos.

Nosso estudo será analisar no caso de uma empresa, como são motivados os funcionários. Se existe uma preocupação em motivá-los para continuar na trabalhando de forma prazerosa.

1. JUSTIFICATIVA

De acordo com a vida do ser humano moderno vamos perceber nos estudados que cada vez mais muitos funcionários no mundo corporativo esquecem-se de si para visar cargos mais importantes e acabam se estressando muito. Por isso vi a necessidade de trabalhar com o tema motivação no trabalho através do esporte que este além de trazer benefícios a saúde, poderá trazer funcionários mais produtivos e a empresa ganhará com isso também, podendo ter funcionários menos doentes, menos gastos com planos de saúde e funcionários mais felizes.

2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos Gerais

Qualidade de vida através da prática de esportes para motivar funcionários.

1.2.2 Objetivos específicos

A – Quais estratégias utilizar para aumentar o número de praticantes?

B – Estudos de que o esporte anima o funcionário a trabalhar melhor

C – E que o esporte traz um bem-estar não só para trabalhar melhor no trabalho, mas sim para a vida.

2. ESTUDO DAS ORGANIZAÇÕES

2.1 Seres motivados pelo avanço

Somos todos por definição, eternos aprendizes. Insaciável em nossa procura transformou nossas respostas em sempre novas perguntas. Sabemos que o ser humano nunca está satisfeito com o que tem, está em busca sempre de mais. Por mais que já seja suficiente o que a pessoa possua, sejam bens materiais, na parte estética, na parte profissional, é natural essa busca constante por aquilo que ainda não tem. Esse comportamento nunca irá parar, pois na medida em que o mundo se desenvolve, em tecnologia, na ciência, na moda, na educação, o ser humano vai querer acompanhar esse crescimento na mesma medida, e por isso nunca irá estagnar seus desejos e vontades, enquanto o mundo tiver o que oferecer de novo, nós seres humanos por natureza somos seres curiosos, sentiremos a necessidade de ter desejo pelo novo, pelo diferente.

As pessoas mudam de comportamento acompanhando a velocidade os meios de comunicação para se manterem atualizados com o mundo, pois as que não se encaixam no sistema, acabam excluídas no âmbito da sociedade. “Há muitos anos a ciência e a tecnologia vem ditando os rumos e alternâncias do comportamento social, tanto no plano industrial quanto nos setores individuais das pessoas”. (BAZZO, 1998, p.128).

E só agimos assim, porque somos motivados e bombardeados pela publicidade por toda a parte, sobre tudo o que surge de novo no mundo. A todo momento somos motivados, o desejo aumenta por alguma coisa, produto, cargo na empresa, moda no geral, beleza entre muitas outras coisas. E quanto mais desenvolve a tecnologia nessas áreas, mais o mundo fica capitalizado e globalizado, pois estamos vivendo uma sociedade do imediatismo e por isso exige-se mais do ser humano para se enquadrar e acompanhar com a mesma velocidade esse crescimento acirrado que a tecnologia nos proporciona.

Dentro deste contexto, para caminhar juntos, os jovens sabem que precisam estar atualizados com as informações, sabem que não devem nunca parar de estudar. Portanto a educação se tornou essencial para a formação do indivíduo. Hoje, não basta apenas ter uma faculdade, cada vez mais se exige. Tendo cursos a mais, especializações, conhecimento de uma segunda língua terá um futuro mais promíscuo. E o ser humano percebe que melhorando sua carreira, mais pode chegar perto de realizar seus sonhos. Por isso o trabalho consome grande parte da vida das pessoas. Trabalha-se quase que na totalidade, nas organizações e para organizações. Com ele, todos podem ter esperanças de uma vida melhor.

No entanto, algumas pessoas naturalmente se deixam atingir pelo comodismo. Isto é, muitos colaboradores não se sentem motivadas para progredir e conquistar um cargo melhor, ou para trabalhar de uma forma mais prazerosa. Por isso, é preciso desenvolver ambientes de trabalho que sejam tão bons para as pessoas quanto para a saúde econômica da organização. No capítulo abaixo mostrará como funciona a motivação nas organizações, no mundo corporativo. A relação entre funcionário motivado e suas conseqüências no ambiente de trabalho.

2.2 Mundo Corporativo X Funcionário

Em uma empresa, por exemplo, se não acontece uma motivação para o funcionário, é difícil depois de um tempo a pessoa trabalhar feliz e satisfeita, pois todo o ser humano procura crescer e ver seu trabalho valorizado. Sem ter uma segurança de que haverá um crescimento em longo prazo e/ou em curto prazo começa a demonstrar um sentimento de frustração. O que muito acontece entre a maioria dos colaboradores, funcionários, servidores públicos, é se acomodar no seu trabalho. É comum isso acontecer, não tem como fugir,

a rotina acaba pegando, a não ser que a pessoa vista a camisa da empresa e busque no dia a dia, tentar trazer melhorias, inovar, e focar sempre uma melhoria para si (seu crescimento pessoal) e para empresa. Desta forma a tendência é se tornar cada vez mais um funcionário reconhecido e valorizado. Por isso é notório o crescente interesse pelo comportamento motivacional no ambiente de trabalho.

O clima organizacional traz uma análise de manutenção no sentido de tornar o ambiente de trabalho adequado para a satisfação dos clientes internos e para o alcance da excelência organizacional. Primeiramente vamos entender o seu significado.

“Clima Organizacional é a de um conjunto de propriedades mensuráveis do ambiente de trabalho percebido, direta ou indiretamente pelos indivíduos que vivem e trabalham neste ambiente e que influencia a motivação e o comportamento dessas pessoas”.¹

Nesse contexto, estabelece-se uma relação direta entre clima organizacional e motivação.

2.3 O papel do setor Recursos Humanos na motivação do funcionário numa organização.

“A motivação é uma das variáveis que provocam maior impacto nas mudanças organizacionais, pois, sem a colaboração e a participação dos empregados, elas jamais acontecerão.” (BRETAS PEREIRA, 1999, p. 153). Diferentes teorias norteiam o conceito e o significado da motivação humana. Segundo BERGAMINI (1997; p. 31), “essa origem da palavra encerra a noção dinâmica ou de ação que é a principal tônica dessa função particular da vida psíquica”. A própria vivência humana traduz-se em constante renovação e movimento, pois o indivíduo raramente está satisfeito consigo mesmo.

Numa empresa a importância da motivação para com os funcionários é função primordial do setor de Recursos Humanos (RH), juntamente com o setor

¹ Disponível em: (www.rhportal.com.br/artigos), acessado na data de 04 de abril de 2011

de marketing. Por isso depende muito de ter um setor de Recursos Humanos que faça a diferença para o quadro de colaboradores, dando o suporte necessário, na preocupação para com eles, e no incentivo para o dia a dia de trabalho.

Fatores de motivação primária cuja inexistência é causa de insatisfação, embora a sua presença não seja, por si só, causadora de motivação, tais como:

- Remuneração e benefícios
- Estabilidade no emprego e no cargo
- Segurança e ambiente físico
- Disponibilidade e qualidade dos equipamentos
- Justiça e respeito pelos subordinados; e
- Relacionamento com a chefia imediata

Segundo Kolb (1978; p. 83), a organização deve ter o objetivo de integrar todas as variáveis expostas a fim de obter a eficácia organizacional, ou seja, a organização deve combinar as tarefas que motivem as pessoas. Um clima pró-ativo é função direta do estado de agregação e satisfação dos profissionais nas suas respectivas funções dentro da organização, pois conforme apontam os estudos, para garantir a eficiência e a produtividade é necessário redesenhar os empregos para conferir-lhe novos atributos e reestruturar as organizações criando, desta forma, um ambiente adequado aos empregados.

LUZ (2003; p. 109) ressalta que “o clima organizacional reflete o estado de ânimo ou o grau de satisfação dos funcionários de uma empresa em dado momento. Esse grau de satisfação decorre tanto da situação profissional quanto da situação social dos funcionários, ou seja, da realidade vivida por esses funcionários dentro da empresa”.

O autor afirma, que se a empresa possui uma quantidade de funcionários infelizes por questões pessoais, isso vai se refletir na produtividade e no bem-estar desses colaboradores. Desse modo, LUZ comenta sobre a pesquisa

sócio-econômica, como meio de conhecer mais o que afeta e o que deixa feliz um funcionário. “sugere que através desta pesquisa, a empresa poderá conhecer dados sobre as condições de moradia, família, educação, atividades de lazer de seus funcionários” LUZ (2003; p. 109). Por isso o Rh deve ter uma relação muito boa com seus funcionários, conhecê-los bem para poder focar nessas questões e procurar mantê-los sempre com um estado satisfatório no trabalho, sem deixar que a vida pessoal afete. Segundo (BRETAS PEREIRA, 1999, p. 139), o Rh através da observação e conhecimento de seu funcionário tem que analisar habilidades e capacidades, estilo de liderança, clima e cultura organizacional e sistemas de recompensas.

As áreas de Recursos Humanos das empresas fornecem elementos para a composição de políticas e planos de Endomarketing, a partir da análise detalhada da formação, comportamento e nível de comprometimento das pessoas que compõem seus públicos internos. Considerando que as organizações são aglomerações humanas, com interesses comuns e também divergentes, eis a complexidade que reveste a gestão de pessoas e o conseqüente direcionamento do Endomarketing para a obtenção dos resultados esperados.

Portanto a função do setor de marketing, com o endomarketing é saber qual é a melhor estratégia para focar no programa de motivação de seus funcionários. Hoje, o marketing, na empresa, pode motivar seus funcionários com um diferencial, criando e inovando em programas de incentivos. Este diferencial pode ser através do esporte, com incentivo a saúde. Com programas que cuidam da saúde do funcionário, além de muitos outros benefícios.

A seguir, antes de estudarmos estratégias de programa de incentivo motivacional no mundo corporativo através do esporte, veremos que técnicas utilizadas no esporte são fontes inspiradoras para o mundo corporativo, ou seja, constataremos que há muitas semelhanças.

2.4 A semelhança do mundo corporativo na satisfação e motivação com atletas no mundo esportivo.

Além de conhecer bem as pessoas, numa empresa deve visar o todo, nunca se deve pensar apenas em si, e sim o bem para a empresa toda, saber trabalhar e se relacionar bem na equipe, no setor, pois um dependerá do outro para que a visão de fora fique a melhor. Como diz Bernardinho quando foi ensinado pelo seu treinador: “Bené me mostrou quanto vale ser parte de uma equipe. Como o “nós” é sempre mais importante do que o “eu”. (REZENDE, 2006, p. 31).

Forças competitivas têm compelido muitas organizações a repensarem o funcionamento de suas estruturas internas na busca de um diferencial. Atualmente, a maioria dos executivos concorda que a atuação de equipes é fundamental para o alcance deste diferencial e manutenção de um alto desempenho organizacional. A razão para que isto ocorra é que, em geral, as equipes têm um desempenho melhor do que as pessoas individualmente, especialmente em situações onde se exige multiplicidade de habilidades, julgamentos e experiências.

Quando existem equipes verdadeiras em uma organização, pode-se verificar melhoria na resolução de problemas, maior criatividade e comprometimento. O fato de reunirmos várias pessoas em uma sala para resolver um problema não faz delas uma equipe. Por definição, equipe é um pequeno número de pessoas com habilidades complementares, comprometidas com um propósito comum, com metas específicas de desempenho, com um mesmo método de trabalho e responsabilidade mútua.

O Rh tem como função conhecer bem os talentos e lideranças para colocar em uma posição correta, ou seja, conhecer bem qual pessoa pode liderar e ser gestor de uma equipe. Como vimos acima, o papel do RH na empresa é motivar e ver quem está mais apto para certa função. Para motivar seus funcionários deve ser primeiramente quando se conhece bem seus

funcionários. No esporte funciona assim também. Para Bené “a sabedoria estava ligada em entender seus atletas, desvendando seus talentos e suas limitações, identificando os botões corretos a serem apertados. O do desejo / o da melhora da auto-estima? Enfim, era um mestre na arte de conhecer pessoas”. Conforme afirma Bernardinho “é fundamental conhecer as pessoas para motivá-las” (REZENDE, 2006. p. 30).

O Israelense naturalizado americano Dov Éden, Ph. D da Universidade de Michigan trabalha a mais de 20 nos com o tema motivação. Ele diz que “quanto mais às pessoas acreditam em uma coisa, quanto mais se dedicam, mais podem influenciar no seu acontecimento. Essa teoria ele deu o nome de efeito Pigmalião. E Éden percebeu que esta teoria funciona perfeitamente em vários setores da vida. No mundo corporativo, por exemplo, pesquisas mostram que a verdadeira crença do chefe no potencial de seus colaboradores faz com que eles aumentem sua produtividade.” (REZENDE, 2006, p. 87).

Caso seja feito o contrário, ao rotular um funcionário, o efeito pode ser trágico, o prejudicando, ou seja, trazendo uma sensação de desconforto e muitas vezes criando um trauma irreparável. E se motivadas e agradecidas por terem uma “segunda chance”, elas podem nos surpreender.

A motivação baseia-se em dois pilares como comenta Bernardinho: a necessidade e a paixão. Isto significa que se o indivíduo ama o que faz, vai querer melhorar sempre. Se existe paixão, há prazer e se há prazer é muito bem feito, por mais que bata o cansaço, mas é satisfatório. E deve haver persistência, um dos pilares da roda da excelência.

Sinais de funcionários e atletas motivados estão no olhar. Quando há brilho no olhar, há paixão, há garra, há vontade de vencer, a força interior que do querer faz poder. Muitas vezes não é a falta de talento que leva ao fracasso, mas um indivíduo completamente desmotivado, nada adiantará seu talento. “A ausência de paixão e de comprometimento, esta sim, é fatal” (REZENDE, 2006, p. 146).

A motivação no esporte não é chegar para já pensando nas mansões, nos carrões e outros bens que o atleta comprará com os milhões que espera ganhar rapidamente. Poucos têm consciência de que a fama e a fortuna são resultados do treinamento árduo a que terão de se entregar. Que estes sim deveriam ser os primeiros pensamentos de um atleta, pois sem isso os bens e todo o resto não passam de um sonho. Como isso ocorre no esporte, ocorre também para a vida no geral, no aspecto, por exemplo, profissional. Se o colaborador não vestir a camisa, não der seu sangue, não pensar como um todo, como equipe, não ser esforçado, batalhador, dificilmente conquistará um cargo merecedor.

3. COMPORTAMENTOS NO ESPORTE X ATITUDES NO TRABALHO

O esporte ajuda a perceber atitudes que podem ser usadas no dia a dia da maioria das profissões. Por exemplo, no esporte, o objetivo maior de quem treina uma equipe é desenvolver talentos. Muito mais que ensinar é ajudar a aprender. Como deve ser o papel de um gestor com sua equipe.

Pode-se comparar com o papel de um técnico, por exemplo, no esporte como voleibol. “Neste jogo não ocorre contato físico, pois a rede separa os adversários e, portanto, não há como impedir que o seu oponente jogue. A única forma de superá-lo é sendo mais eficiente que ele. É preciso também ocupar espaços, caso contrário o adversário pontuará.

O mesmo acontece no mundo corporativo: não há como impedir que o seu concorrente produza resultados. A única forma de vencê-lo é sendo mais eficiente nas próprias ações e ocupando espaços, caso contrário ele o fará. No vôlei como na vida há uma forte confluência de conceitos, idéias e comportamentos. Sob esse aspecto, é curioso perceber a apropriação até mesmo da terminologia técnica.

“Cada vez mais empresas querem ter coaches entre seus colaboradores, enquanto o esporte amplia a concepção do técnico chamando-o manager.” (REZENDE, 2006, p. 67). Maior exemplo de sinergia, impossível. Isso significa que um gestor ou um técnico seria a figura que conduz a equipe, levando-a de um estágio a outro, mais apurada técnica, física e psicologicamente. O termo *coaching* utilizado pelo Bernardinho é uma relação de parceria que revela e liberta o potencial das pessoas de forma a maximizar seu desempenho.

Nesta citação, conseguimos perceber também, o quanto é importante o papel do marketing para as empresas. O trabalho do marketing é fazer da empresa a melhor imagem derrubando seus concorrentes. O quanto o marketing precisa ser estratégico suficiente para que ocorra tudo bem com as ações definidas para conseguir um feedback esperado. Quanto mais cuidado tiver para a criação de uma ação, mais eficiente ela será.

E o sucesso está em perceber isso. No livro de Bernardinho, ele comenta que a chave do sucesso serve para todos os pilares da vida.

3.1 Pirâmide do Sucesso

A chave do sucesso compõe-se a pirâmide abaixo (REZENDE, 2006, p. 69): Afigura 1 representada por uma pirâmide segue abaixo:



Figura 1 (Pirâmide do sucesso)

Fonte: "Transformando Suor em Ouro"

Se tivermos uma base, e seguindo até chegar ao topo da pirâmide, em última instância deveremos ter a fé, a confiança e a paciência. Se estivermos preparados para algo, não tem porque ter medo e/ou ficar inseguro, devemos acreditar em si mesmos, ser positivos e deixar acontecer, pois o que tiver de

ser será. Como afirma REZENDE, 2006, p.70 “O que me chamou atenção é que a Pirâmide do Sucesso não era apenas uma resposta ao mundo esportivo. Ela transcendia. Podia ser aplicada a qualquer atividade humana.” “Sucesso é o estado de espírito resultante da consciência que você tem de haver se empenhado para ser o melhor que é capaz de ser” (REZENDE, 2006, p. 70). É a superação de limites.

Mas com o sucesso deve ter cuidado redobrado. Com ele há uma armadilha. É quando as pessoas sentem-se acomodados após atingir uma meta, ganhar uma competição. O perigo da zona de conforto, onde se pode afogar no próprio sucesso. Isso é comum, e por isso o esforço de lutar contra, tem de ser maior que a vitória. Digo isto, porque quando ocorre uma derrota, há tristeza, mas logo ela passa. A mesma coisa acontece com a vitória. Logo ela passa. “Não devemos nos embriagar pelas grandes alegrias nem nos deixar abater pelas grandes frustrações” (REZENDE, 2006, p. 36). Quando há uma vitória, logo ela fica para trás, torna-se passado.

E nem sempre para uma próxima luta, significa o jogo ganho. Isto é, vencerá sempre aquele que estiver mais preparado. “Não devemos nos orgulhar de ser melhores do que os outros, e sim melhores do que já fomos”. (REZENDE, 2006 p. 131, at AL James C. Hunter).

Saber que as vitórias do passado só garantem uma coisa: grandes expectativas e maiores responsabilidades. A vontade de se preparar tem de ser maior que a vontade de vencer. É a relação do esforço e do merecimento. Faz-se por onde, ninguém irá tirar o merecimento.

Muitos funcionários em uma empresa, por exemplo, se dedicam muito, mas em momento errado. Muitas vezes em dia de fechamento de metas e/ou fechamento de mês. A dedicação ao trabalho deve acontecer o tempo todo. Deve ter em mente que trilhando uma trajetória de muito esforço, vestindo a camisa, o colaborador certamente será valorizado. “É preciso jogar cada ponto como se fosse o último. E entender cada oportunidade como se fosse a mais importante” (REZENDE, 2006, p. 143).

Deve-se entender que a condição de favoritismo atribuída a nós por outros deve servir como sinal de alerta. Após uma grande conquista, seja no mundo corporativo ou no esporte, é preciso redobrar a atenção com os detalhes para que o processo de crescimento seja contínuo. No mundo corporativo, por exemplo, a busca incessante de atuações de alto rendimento e resultados expressivos, além da consequente necessidade de criação de diferenciais competitivos. Ficam planejando novos sistemas que proporcione vantagem sobre os concorrentes.

Para atingir excelentes resultados, é preciso estar focado, tranquilo e determinado. Mas o ser humano não tem apenas uma preocupação, e sim várias tarefas pra tomar conta.

4. COMO O ENDOMARKETING INFLUENCIA NA MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES

Como citamos a pouco, no marketing interno de uma empresa é importantíssimo para criar um programa de incentivo ao funcionário. Este marketing está dentro do endomarketing. Vamos entender primeiro o que significa o endomarketing: Busca adaptar estratégias e elementos do marketing tradicional, o normalmente utilizado pelas empresas para abordagens ao mercado, para uso no ambiente interno das corporações. O Marketing é a raiz do Endomarketing. Dele extrai seus fundamentos, mas desenvolve seus próprios conceitos a partir da peculiaridade do público a que se destina.

Este programa ajudará no relaxamento de cada indivíduo. Cada um estará dedicando um tempo a sua saúde, ao momento de distração, de prazer resultando em um indivíduo menos estressado e mais animado para atingir seus objetivos, tanto na parte profissional como pessoal.

Por isso mesmo gosto de trabalhar com a ideia do esporte como um incentivo para a carreira do funcionário na vida profissional. Acredito que se agir como um atleta que busca sempre vencer, sempre será um vencedor na vida. E por isso numa empresa o papel do setor de recursos humanos terá de estar muito vinculado ao setor de marketing, que este pensará e usará da criatividade para separar e criar grupos interessados em participar de um esporte da empresa. Com a ideia feita o setor de RH executará junto de seus funcionários.

Deve ser feita uma ação que os interessem e os motivem a participar, voltando à ideia de que essa participação os trará resultados positivos para seu desempenho no dia a dia em seu trabalho.

Essas estratégias devem ser bem pensadas, bem criativas. Primeiramente, quais seriam os esportes focados, se ocorrerão treinos, provas, devem-se pensar em um uniforme para este programa e nos prêmios que poderão ter.

Hoje um esporte que está bem em alta é a corrida de rua. Poderia fazer durante o ano treinos e nos trimestres provas internas em que todos participem e que todos recebem um brinde de participação e os três primeiros colocados prêmios. Se uma empresa tivesse um programa de incentivo a seus funcionários utilizando-se do esporte seria algo muito interessante, pois iria fazer com que seus funcionários ficassem mais motivados a trabalhar e ao mesmo tempo estariam cuidando da saúde, trazendo sensação de **bem-estar**.

4.1 A importância da Ginástica Laboral

Um dos pontos que a empresa pode trabalhar em incentivo ao esporte é mostrar na prática dentro das empresas os benefícios da ginástica laboral. Estudos mostram que o trabalhador do mundo moderno tem alimentação desequilibrada, vida sedentária, lazer insuficiente e estresse constante, gerando irritabilidade, pouca autoestima, depressão, ansiedade e distúrbios físicos entre outros problemas.

Pesquisas feitas no Estados Unidos comprovaram que mais de dois terços dos empregados (mais de 80 milhões de pessoas) padecem de dores esporádicas ou crônicas, sendo que 15% destes indivíduos (18 milhões) têm o trabalho relacionado coma origem de sua dor. Muitos acabam se afastando ou se prejudicando no trabalho. Sabendo destas consequências, investir na saúde e no incentivo a praticar algum esporte seja, montando grupos na empresa para a prática a empresa na perderá dinheiro. Ao contrário, o aumento da produtividade fica interligado ao baixo índice de absenteísmo (doença inflamatória que afeta as circulações e outros órgãos) , menores gastos com despesas médicas e menor tempo perdido com o treinamento de trabalhadores substitutos.

GEMIGNANI (1996, p 119) revela algumas companhias, os métodos utilizados por elas e os resultados conseguidos a partir da adoção de medidas destinadas à promoção da saúde nas empresas:

› A Coors Cervejaria (localizada em Golden, Colorado, EUA) estima que para cada dólar investido no bem-estar dos empregados há um retorno de seis dólares e quinze centavos. Conforme a empresa, estas cifras são alcançadas através do exercício físico (realizado dentro de seus próprios limites), economizando anualmente dois milhões de dólares, e resulta no decréscimo de custos médicos e aumento da produtividade.

› A empresa Johnson & Johnson (situada em N.J. – EUA) oferece um bônus-desconto de 500 dólares aos empregados que resolverem ter sua pressão sangüínea, colesterol e gordura corporal checados, além de preencherem questionários detalhados sobre riscos de saúde. Esses funcionários diagnosticados com altos riscos de desenvolver problemas de saúde são convidados a fazer uma dieta alimentar e a engajarem-se num programa de exercícios físicos, assim, caso a resposta seja negativa, eles não recebem mais o bônus.

A Florida Power and Light (FPL, EUA) utiliza para promover a saúde de seus trabalhadores é o incentivo à prática de exercício físico, sendo que para isto, a empresa construiu 27 instalações de ginástica, obtendo um retorno de três dólares para cada dólar investido. Cerca de 55% dos empregados que participaram e uma pesquisa interna da FPL afirmaram ter modificado seus hábitos alimentares ou emagrecido, e 48% deles começaram a se exercitar mais.

Com esses dados podemos constatar que certas empresas já estão percebendo o quanto é importante cuidar da saúde do funcionário através do incentivo ao esporte dentro da empresa. Elas já estão se adequando a prática esportiva na empresa, pois hábitos mais saudáveis sem dúvida deixarão o funcionário mais feliz e mais produtivo. BARRIER (1997) mostra em mais um exemplo de empresa que ao investir em esporte com seus funcionários economiza em gastos médicos.

› A Kearney Orthopedic and Fracture Clinic (KOFC – Nebraska, EUA), essa com 35 empregados, começou um programa de bem-estar em 1991

focalizando hábitos alimentares e exercício físico, e em dois anos já foi compensada por tal iniciativa. Existiu uma diminuição tão dramática nas mensalidades do plano de saúde que a empresa já pensa em oferecer aos seus funcionários seu próprio plano de saúde.

Com isso, as pequenas empresas podem influenciar seus empregados a realizarem mais atividade física com algumas alternativas de prêmios:

- Oferecer prêmios para os funcionários que aumentam seu nível de atividade física através de dinheiro, de matérias desportivos, da utilização do horário de trabalho para a prática de exercício ou até dando entradas para o cinema.

- Envolver a família dos funcionários

- Oferecer possíveis descontos em academias de ginástica, criação de grupos que promovam caminhadas ou passeios ciclísticos ou educando seus funcionários sobre como pequenas atividades (como a jardinagem) podem influenciar a saúde.

Outro modo de assegurar mesmo que de forma rápida a saúde dos funcionários, foi através da **ginástica laboral** preparatória e compensatória que muitas empresas brasileiras adotaram como uma das ferramentas para promover o bem-estar de cada funcionário. Como comenta Marchi (1995) onde “os benefícios de recrutar, gerenciar e manter um grupo de funcionários saudáveis estão diretamente ligados à performance *geral* da companhia”.

Existem várias definições para a ginástica Laboral, porém, dentre as várias definições a que mais me agrada é de Koling (1980). Para ele a Ginástica Laboral, também chamada de Ginástica Laboral Compensatória (GLC) “devendo atuar sobre as sinergias musculares antagônicas às que se encontram ativas durante o trabalho. Este tipo de atividade visa proporcionar a compensação e o equilíbrio funcional, assim como também atuar com a recuperação ativa, de forma a aproveitar as pausas regulares durante a jornada de trabalho para exercitar os músculos correspondentes e relaxar os grupos

musculares que estão em contração durante o trabalho, com o objetivo de prevenir a fadiga”.

Contudo, o objetivo é além dos efeitos físicos, são os relacionados aos aspectos psíquico e social, justificada por favorecer a desconcentração, estimular o autoconhecimento e autoestima, proporcionar uma possível melhora no relacionamento interpessoal e do homem com o meio que o cerca. Os principais benefícios que a ginástica laboral traz para as empresas são:

- Marketing Social
- Redução do índice de absenteísmo e rotatividade dos funcionários
- Aumento da produtividade
- Diminuição de incidência de doenças ocupacionais
- Menores gastos com despesas médicas
- Redução dos números de erros e falhas, pois os funcionários ficam mais espertos e motivados.

Para que esta prática da ginástica laboral seja vista na empresa de uma forma séria e, portanto que funcione, também junto com o programa de incentivo a práticas de esporte para motivação do funcionário é preciso que o marketing crie bem os programas de incentivo e que o RH saiba passar muito bem aos seus funcionários para que tenham um feedback esperado. Dessa forma a ideia criativa será bem vinda.

Portanto o marketing deve pensar bem nas estratégias que utilizar, se atualizar-se sempre sobre os esportes em alta, pesquisas internas com seus funcionários a respeito do programa, pesquisas de satisfação por exemplo. Essa é uma ação que “obrigaria” seus funcionários a se mexerem mais, comecem a ter um cuidado maior com a saúde, e saírem de um aspecto sedentário para um início da prática esportiva.

Podemos afirmar que esta prática através de um diagnóstico de saúde do Sabin Laboratório Clínico, levou seus funcionários ganharem qualidade de vida e a empresa, maior produtividade. Esta empresa montou um grupo de corredores de rua da Sabin.

Em 2004, a Sabin Laboratório Clínico incorporou nas atividades da empresa a criação de um grupo de corrida. Com o passar do tempo a idéia se estendeu aos diversos setores do laboratório e trouxe benefícios para saúde dos funcionários. “Houve maior produtividade, agilidade e até o número de faltas médicas dos funcionários diminuiu. Neste ano, somente um atestado por motivo de conjuntivite”, contou o farmacêutico bioquímico Luis Carlos da Silva Pereira, de 36 anos, que coordena a equipe de esporte do Sabin. E com todos os benefícios, a empresa disponibiliza aos funcionários uma estrutura completa de apoio em provas, com tendas, orientações para alongamento, alimentação, hidratação e uma brinquedo teca, para a criançada. Além disso, dentro das instalações do laboratório, os colaboradores têm à disposição uma academia, nutricionista e cardiologista. “Se o funcionário não tem atraso, recebe as instruções em provas gratuitas”, completou Pereira.

A técnica de laboratório Jacqueline Vieira de Lima, de 33 anos, entrou no grupo de corridas para emagrecer, depois de uma infinidade de dietas. Além de perder peso, encontrou no esporte energia para as tarefas diárias. “No trabalho, as pessoas são mais dispostas e a convivência é melhor”, contou Vieira, que participa do grupo há três anos. Esta empresa tinha uma meta até então, atingir até o fim de 2010 40% dos funcionários na prática de alguma atividade esportiva.

Aqueles que puderem achar um tempo para participarem dos treinamentos oferecidos pela empresa estarão certamente mais preparados para as provas, no caso, um exemplo são as provas de corridas de rua. Como dizia (COLONEL RED, 2006, p. 60) “Quanto mais você sua nos treinamentos menos você sangra no campo de batalha”. Isso significa que só o talento não basta, pois deve ter determinação, persistência e muito treino. Esse comportamento pode ser levado para a vida profissional também. Além de ser considerado bom no que faz, o bom profissional, deve procurar estar sempre atualizado com o mundo, sobre sua profissão, buscar se especializar em algo, fazer cursos de aprimoramento e sempre estar investindo para que seu potencial seja cada vez

mais valorizado. Assim como no esporte, quem se dedica está sempre um passo a frente dos outros, mesmo que não seja um esporte de competição, mas a frente na saúde e no preparo.

Quando praticamos algum esporte, uns mais, outros menos, mas todos temos no fundo um espírito competidor. Quem não quer ganhar uma competição? Assim, numa competição, quando existe garra, o atleta acaba superando seus limites. E ao praticar esportes, essa sensação ajuda muito no estado da pessoa. Existe diferença da vida de uma pessoa que pratica esporte frequentemente daquela que quase nunca o faz. A que pratica, tem uma vida com um espírito mais jovem, usa a persistência e a superação de limites para os demais pilares da vida: sentimental, psicológico, profissional, na saúde entre outros.

Em esportes coletivos, o interessante é fazer novamente uma analogia com o mundo corporativo, pois devemos agir com o espírito de equipe. É mais do que comprovado que sozinho vai longe, mas em conjunto se vai com mais qualidade. Tanto para um time, quanto para uma equipe, um setor, o objetivo deve ser em comum a todos. Por isso uma empresa deve contar com a participação de todos, e não apenas de uma única pessoa.

Para que a busca seja bem-sucedida é preciso saber trabalhar em equipe. Trata-se de uma verdade que vale tanto para o mundo esportivo quanto para o corporativo. Como afirma REZENDE, 2006, p. 152), “Como posso ter o melhor time sem a soma desses talentos e sem as lideranças que os façam atuar juntos, integrados, uns em função dos outros”. Uma grande equipe é formada por talentos complementares. É preciso aprender que para ir mais longe, tem que ter uma elevada consciência coletiva. A escolha das pessoas certas e o trabalho em equipe são passos fundamentais para desempenhos de alto nível. A consciência de que a interdependência e a complementaridade das funções entre as peças tornam o trabalho coletivo eficaz é o que gera o verdadeiro brilho da equipe.

Seja numa empresa, ou em um esporte, onde há uma equipe, todos os envolvidos devem ter um convívio de respeito e entendimento profissional para com seu gestor. A real função do gestor, ou de um treinador, é criar um elo de confiança, no sentido de que o trabalho intenso é o caminho mais rápido para o sucesso, para que a equipe evolua sempre. “A confiança é à base de qualquer relação. E é sobre esse pilar que devemos construir o relacionamento com nossos colaboradores” (REZENDE, 2006, p. 105). Cita Bernardo em seu livro. E para se ter sucesso, não adianta procurar atalhos, mas sim com muito esforço é com certeza o caminho mais curto. Como aponta Bernardo “para mim, sucesso é a consistência em performance de excelência, é produzir resultados ao longo do tempo.” (REZENDE, 2006, p. 106). Sucesso é a soma de talento e determinação.

5. A BUSCA PELA EXCELÊNCIA

É a Busca constante de todo ser humano. Numa empresa, por exemplo, se o funcionário não batalha por subir de cargo, melhorar seu desempenho, ficará estagnado. Isso prejudicará a ele, e todo o grupo. Todos da equipe devem ter um planejamento com o mesmo objetivo, em busca de uma mesma meta. E para que esta meta seja atingida, deve-se ter um bom planejamento. Portanto um planejamento de endomarketing deve ser muito bem trabalhado para que o setor atinja o resultado esperado. No caso de um incentivo ao esporte, a conquista por um número maior de funcionários interessados no programa.

Tanto no esporte, no mundo corporativo, como pra vida, para atingir uma meta, um objetivo, deve ser traçado os passos para tal buscando sempre uma postura de disciplina, ética, hábitos positivos de trabalho, comprometimento, cumplicidade, perseverança, obstinação, superação, pensar como um todo e não só em si, buscar motivação. Todos esses são passos para a busca da constante excelência. Como comenta Bernardinho em sua roda da excelência: “No centro da roda (busca constante da excelência) estão a dedicação e o esforço para que sejamos cada vez melhores naquilo que fazemos. De preferência, melhores hoje do que fomos ontem” (REZENDE, 2006, p. 111). Ele ainda reforça dizendo que “a excelência significa realizar da melhor maneira possível aquilo que se pretende”.

O gestor, ou um treinador de uma equipe, para conduzir o projeto ou o time pela estrada do planejamento até alcançar a meta almejada é preciso contar com os líderes do setor ou de uma equipe, pois são eles que auxiliarão nesta estrada pela busca de um planejamento perfeito. Eles precisam ser referências para os demais setores, e para equipe. O líder deve ser capaz, motivado, com espírito de equipe e determinado a realizar sua atividade com a máxima qualidade. Na ótica do trabalho a dois vetores a serem analisados: o técnico (capacidade profissional) e o ético (integridade moral). Bernardo acredita que esses elementos são essenciais para a perpetuação do sucesso de qualquer

pessoa em qualquer ambiente. “A única liderança que se sustenta com o tempo é a liderança pelo exemplo. Portanto faça, inspire pela ação.” (REZENDE, 2006, p. 194).

Quem está no comando deve reconhecer suas limitações, suas responsabilidades e avaliar o próprio desempenho, de preferência sendo mais rigoroso consigo mesmo do que com os outros. A autocrítica é fundamental, assim como os tropeços da vida, pois é com eles, que aprendemos. A possibilidade de tentar novamente é que dá ânimo, é que motiva. “O bom profissional é aquele que nunca acha que o que conquistou é o bastante, que sempre quer algo mais e que está disposto a sacrifícios individuais em nome de um objetivo coletivo. E o bom líder é aquele que consegue incutir esse questionamento em seus colaboradores”. (REZENDE, 2006, p. 196). Muitas vezes o líder deve criar situações de desconforto para tirar o melhor das pessoas.

Conclusão

Neste trabalho está bem explícito que para o ser humano melhorar de vida basta praticar alguns hábitos saudáveis e tornar isso uma rotina. Todos sabemos que grande maioria de funcionários acabam deixando ser atingidos pela zona de conforto, se acomodando. Muitas vezes estão infelizes e muito estressados. Para que esse quadro mude, é preciso criar metas e buscar atingi-las com muito suor, muita dedicação. Para que isso aconteça o colaborador precisa estar motivado. E aí que entra a função diferencial da empresa. Buscar através de programas de incentivo, a motivação destes com o esporte, visando a melhora na saúde e na produtividade deste funcionário. Muitas vezes utilizando-se também da ginástica laboral, que, como vimos, traz benefícios de bem-estar. Vimos que o esporte como incentivo de funcionários motivados é muito benéfico para a saúde física e psicológica deste indivíduo.

Muitas empresas já perceberam isso e adotaram a prática esportiva no mundo corporativo. Muitos funcionários aprovam, pois são incentivados a praticar esporte e visar uma meta de dieta que há muito tempo já haviam traçados, mas não conseguido cumprir e com a ajuda de estratégias bem elaboradas através do setor do endomarketing conseguem ir bem mais além. Vimos que com esse tipo de programa a empresa também ganha, reduzindo gastos com planos médicos, tendo funcionários mais produtivos, motivados e consequentemente mais felizes.

Referências

BARRIER, Michael. How exercise can pay off. Nation`sBusiness, v. 85, n. 2, p. 41-42, 1997

BERGAMINI, Cecília W. **Motivação nas organizações**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

Chega de Asfalto! Conheça os benefícios da CORRIDA DE MONTANHA + onde, quando e com que equipamentos sair da estrada... **Revista O2 Ed. EsferdBRMIDIA**: 2010.

Definição de endomarketing. Disponível em, < endomarketing.com>. Acesso em 04 de abril de 2011.

Definição de clima organizacional. Disponível em < www.rhportal.com.br/artigos> Acesso em 04 de abril de 2011

GEMIGNANI, J. Making wellness programs pay off. Business & Health, v. 14, n 8, p. 6 aug. 1996.

KOLB, David Allen, RUBIN Irwin M., MCINTYRE James M. **Psicologia organizacional: uma abordagem vivencial**. São Paulo: Atlas, 1978.

KOLLING, A. **Estudo sobre os efeitos da ginástica laboral compensatória em grupos de operários de empresa industriais**. 1982. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação. UFRGS, Porto Alegre.

LUZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003. (citação da citação)

MARQUES, Joziane. **A prática da Ginástica Laboral Como Benefício para as Empresas e para os Trabalhadores**. MONOGRAFIA, 2006

PEREIRA, Maria Jose Lara de BRETAS. **Na Cova dos Leões – O Consultor como Facilitador do Processo Decisório Empresarial**. São Paulo. Makron Books, 1999.

REZEBDE, Oliveira de DANIELA. **A Gestão do Clima Organizacional e Seu Impacto Sobre a Qualidade Percebida dos Serviços.** MONOGRAFIA

RED, Colonel. **Estratégia – Transformando ações em resultados.** Rio de Janeiro. Sextante, 2006.

ROCHA DE REZENDE, Bernardo. **Transformando Suor em Ouro.** Rio de Janeiro. Sextante, 2006.