

A Área de Benefícios como Ferramenta para o Ganho de Motivação e Competitividade na Organização

Camila Soares da Silveira¹
camila.silveira@fatec.sp.gov.br

José Carlos Hoelz¹
jose.hoelz@fatec.sp.gov.br

Jorgina Francisca Severino dos Santos¹
jorgina.santos@fatec.sp.gov.br

Kamila Thaianie Mathias¹
kamila.mathias@fatec.sp.gov.br

*The Benefits Area as a Tool for Gaining
Motivation and Competitiveness in the
Organization*

*El Área de Beneficios como Herramienta para
Ganar Motivación y Competitividad en la
Organización*

Palavras-chave:

Remuneração.
Benefícios.
Motivação.
Ganho de
competitividade.

KeyWords:

Remuneration.
Benefits.
Motivation.
Gain in competitiveness.

Palabras clave:

Remuneración.
Beneficios.
Motivación.
Ganancia en
competitividad.

Enviado em:

09 novembro, 2023

Apresentado em:

05 dezembro, 2023

Publicado em:

30 maio, 2024

Evento:

6ª EnGeTec

Local do evento:

Fatec Zona Leste



Resumo:

A necessidade por uma vantagem competitiva no cenário atual tem levado as empresas a adotarem medidas que vão além do básico perante a legalidade, em vista disso, a área de benefícios pode ser usada e planejada como uma ferramenta estratégica voltada à motivação dos funcionários e na vantagem competitiva dentro do mercado de trabalho. Mediante o exposto, analisam-se os benefícios impulsionam a motivação e o ganho de competitividade na organização. Este estudo baseou-se na pesquisa qualitativa e em entrevistas semiestruturadas com entendidos da área, obtendo os resultados e conclusões perante o tema. Com os resultados, conclui-se que a área de benefícios pode ser usada como uma ferramenta de motivação e ganho de competitividade, mas as empresas ainda não têm compreensão sobre esse tema, optando por estratégias padrões, ao contrário de explorar as possibilidades dessa área.

Abstract:

The need for a competitive advantage in the current scenario has led companies to adopt measures that go beyond the basics before the legality, in view of this, the benefits area can be used and planned as a strategic tool aimed at motivating employees and gaining competitive advantage within the labor market. Based on the above, we analyze whether the benefits boost motivation and gain competitiveness in the organization. For this study, we were based on qualitative research and semi-structured interviews with experts in the area, obtaining the results and conclusions regarding the theme. With the results, we conclude that the benefits area can be used as a tool to motivate and gain competitiveness, but companies still do not understand this topic, opting for standard strategies, instead of exploring the possibilities of this area.

Resumen:

La necesidad de una ventaja competitiva en el escenario actual ha llevado a las empresas a adoptar medidas que van más allá de lo básico ante la legalidad, ante esto, el área de beneficios puede ser utilizada y planificada como una herramienta estratégica orientada a motivar a los empleados y obtener ventaja competitiva dentro del mercado laboral. Con base en lo anterior, se analizan los beneficios que impulsan la motivación y ganan competitividad en la organización. Este estudio se basó en una investigación cualitativa y entrevistas semiestruturadas con expertos en el área, obteniendo los resultados y conclusiones sobre el tema. Con los resultados, se concluye que el área de beneficios puede ser utilizada como una herramienta para motivar y ganar competitividad, pero las empresas aún no tienen una comprensión de este tema, optando por estrategias estándar, en lugar de explorar las posibilidades de esta área. Palabras clave. Remuneración, Beneficios, Motivación, Ganancia en competitividad.

¹ Faculdade de Tecnologia da Zona Leste | Fatec Zona Leste

1. Introdução

Segundo Soviensi e Stigar (2008, p. 5), “O surgimento da globalização trouxe novas necessidades a serem integradas no que entendemos como gestão de pessoas, tendo modelos e métodos mais modernos que enxergam as pessoas como um capital que colabora diretamente com a empresa”. Diante desse cenário, as organizações junto a gestão de recursos humanos, se encarregaram da área de benefícios como base fundamental na troca das necessidades entre empregado e empregador. É importante que gestores e administradores entendam quais os verdadeiros motivos que levam os colaboradores a reclamar de valores salariais, visto que já recebem uma boa quantia referente às suas atividades (LUIZ; BERTONI; MACHADO, 2019, p. 33).

Em vista disso, a aplicação e o entendimento dos benefícios como um estímulo nos fatores de motivação, ajudam no crescimento e na realização dos objetivos impostos pelas empresas. “Um dos primeiros passos de sucesso de uma empresa com certeza é a motivação dos funcionários. Se eles estão satisfeitos e se sentem respeitados e reconhecidos, suas performances são muito melhores e os seus trabalhos serão bem mais eficientes” (Mundo Carreira, 2016).

Observa-se que os benefícios estão diretamente ligados aos fatores motivacionais, podendo ser usado como uma ferramenta ou até mesmo uma contribuição no sucesso de uma organização dentro do mercado competitivo. Ribeiro e Santana (2015, p. 10) pontuam que “o mercado está constantemente competitivo por decorrência das inovações, causando um foco totalmente voltado à lucratividade perante as empresas, que deixam de lado o ponto fundamental do ganho de resultados, que é a satisfação e bem-estar dos seus funcionários”. As organizações jamais existiriam sem as pessoas que lhes dão vida, dinâmica, energia, inteligência, criatividade e racionalidade. Na verdade, cada uma das partes depende da outra em uma relação de mútua dependência na qual há benefícios recíprocos (CHIAVENATO, 2010, p. 9).

Essa pesquisa tem como objetivo analisar se os benefícios impulsionam a motivação e o ganho de competitividade na organização. Justifica-se na retificação de que a área de benefícios pode ser usada e planejada como uma ferramenta estratégica voltada à motivação dos funcionários e na vantagem competitiva dentro do mercado de trabalho. Para atingir esse objetivo, realizaram-se pesquisa qualitativa e entrevistas semiestruturadas com profissionais da área. Perante os resultados obtidos, realizou-se uma análise de categorias (FLORES, 1994).

2. Fundamentação Teórica

2.1. REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

Remuneração é a totalidade dos ganhos do colaborador perante o vínculo empregatício, sendo pago diretamente ou não ao empregado. [...] a remuneração total é formada pela remuneração direta, que consiste nas remunerações básica e variável, e pela remuneração indireta, que são os benefícios sociais. (ARAUJO; GARCIA, 2014, p. 42). Acrescentando-se, os benefícios podem ser compreendidos como uma compensação monetária ou não monetária fornecida pelas organizações, de modo que busquem suprir as necessidades dos seus empregados e mantê-los na organização. Araújo e Garcia (2014) explicam que os benefícios:

[...] relacionados às condições internas e aos aspectos sociais da organização são denominados de benefícios não monetários, pois são determinados e desenvolvidos por critérios internos da organização, com objetivo de satisfazer às necessidades

personais, oferecendo praticidade e vantagens para as pessoas envolvidas, uma vez que não têm natureza financeira. Há também os benefícios monetários, os quais envolvem remuneração financeira e são gerados pelas diferentes gratificações como aqueles relacionados - à posição que a pessoa ocupa. (ARAÚJO; GARCIA, 2014, p. 145 e 146).

Segundo Araújo, Garcia (2014) e Chiavenato (2008) compreende-se que o uso desses benefícios é uma tendência que apresenta progresso desde a década de 70, por meio das negociações dos sindicatos, assegurando os direitos dos trabalhadores. Deste modo, a remuneração e os benefícios fazem parte de um conjunto da área de recursos humanos, gerindo a totalidade entre ambos, a fim de agregar motivação ao colaborador. “[...] para que possa existir um ambiente motivador no seio da organização, pessoas integradas e produtivas, são necessários planos adequados de Gestão de Recursos Humanos.” (PONTES, 2019, p. 30).

2.2. MOTIVAÇÃO

“Para muitas pessoas o conceito da palavra motivação pode passar despercebido, porém se fossemos analisar com clareza a motivação é aquilo que move as pessoas a fazer alguma coisa, a realizar algo, muitas vezes sem que elas percebam [...]” (MONTICELLI, 2019, p. 3). Logo, a motivação na gestão dos recursos humanos agrega comportamentos que podem ser alinhados aos objetivos das organizações. “A motivação contribui diretamente na qualidade de vida das pessoas e no desempenho das mesmas na sua vida profissional, ela é aquilo que impulsiona as pessoas a fazerem alguma coisa e lutarem em busca dos seus objetivos” (MONTICELLI, 2019, p. 2). Por meio da motivação os colaboradores são guiados a desenvolver suas atividades de forma pessoal e profissional, estimulando comportamentos e interesses em comum com a entidade.

Consideráveis estudiosos focaram em comportamentos motivacionais, resultando em múltiplas teorias que apontam a relevância da motivação na gestão organizacional, como a Hierarquia das Necessidades de Maslow, uma das mais influentes na gestão, em concordância com Vargas (2021), fornece uma estrutura prática e lógica para entender as necessidades/influências entorno do comportamento das pessoas. “Em vista disso, o termo motivação passou a ser empregado como conotativo de movimento ou ação, sendo sinônimo de forças psicológicas, necessidades, desejos, impulso, instintos, vontade, entre outros”. (FARIAS, 2015, p. 10).

Apesar da contribuição significativa do Maslow em compreender a motivação, pontua-se que essa teoria sofre críticas, abordando o conceito de forma simples e, em alguns casos, não se encaixando na cultura/característica das pessoas. Em contrapartida, outra teoria clássica que desenvolveu um modelo teórico e prático, é a dos Dois Fatores, extraído como resultado, que a motivação pode ter duas influências distintas, conforme Farias (2015). A Teoria dos dois fatores e/ou Teoria de Herzberg, ajuda a compreender os fatores que afetam a motivação e satisfação no serviço; fatores de higiene e fatores motivacionais:

[...] os higiênicos abrangem todos os benefícios oferecidos pela empresa, tais como: ambiente de trabalho, relacionamento com os superiores, benefícios sociais e salário, que são vistos como fatores que podem gerar insatisfação e, quando de acordo com as aspirações dos funcionários, atingir um estado máximo de não satisfação. Já os fatores motivadores que estão relacionados com o cargo ocupado pelo empregado e abrangem o trabalho adequadamente realizado, responsabilidade exigida, reconhecimento e progresso profissional, levam os funcionários de estados de não satisfação ao de satisfação. (PONTES, 2019, p. 29).

Por conseguinte, os benefícios podem ser considerados uma recompensa tangível, demonstrando que a empresa valoriza as atividades e o bem-estar de seus funcionários, desenvolvendo um papel fundamental para promover a motivação e o ganho de competitividade. Segundo Nascimento e Lima (2020, p. 10):

Os empregadores acabam criando, melhorando e expandindo o plano de benefícios como forma de se tornar competitivo e se manter no mercado, pois a mão de obra qualificada, inovadora comprometida e competente tende a chamar a atenção da concorrência, fazendo com que o profissional se sinta enaltecido com sua capacidade de gerar resultados positivos, fazendo com que ele continue focado com o crescimento profissional e que tenha um pacote de benefício diferenciado para que ele se mantenha com foco.

2.3. COMPETITIVIDADE

Conforme Monticelli (2019, p 3):

Com o aumento da competitividade entre as empresas não só na hora de comercializar seus produtos, mas também na hora de contratar e manter seus colaboradores é necessário que elas possuam algum diferencial no seu ambiente organizacional para tentar manter seus colaboradores motivados, tratando assim o profissional como ser humano único que possui suas individualidades.

Investir na motivação e no bem-estar dos colaboradores não é apenas um diferencial, mas também uma estratégia de negócio, colocando o ativo humano como elemento propulsor para uma vantagem no mercado de trabalho. Uma grande vantagem de garantir o atingimento dos resultados organizacionais sob as constantes mudanças competitivas é o uso de ferramentas capacitadas a auxiliar e trabalhar com os recursos das empresas, capital humano, e as necessidades do mercado de trabalho. “A concorrência muitas vezes age de forma cruel com seus competidores, já que atualmente a conscientização pela valorização do capital humano é crescente e agora cada vez mais disputada”. (ARAUJO; GARCIA, 2014, p. 154).

Mediante o exposto, o RH usa os benefícios como ferramenta de incentivo/motivação estrategicamente para desenvolver e reter os funcionários, contribuindo no destaque entre outras empresas.

Partindo da necessidade de reter seus talentos, as empresas disponibilizam benefícios como forma de manter seus colaboradores e poder extrair o melhor de cada um de seus profissionais. Esses benefícios visam estimular a competência profissional e valorizar o ser humano, que é a peça-chave de qualquer negócio ou empresa (LIMA; NASCIMENTO, 2020, p. 10).

3. Materiais e Métodos

O método de pesquisa utilizado nesse artigo é o qualitativo do tipo básico. Os autores Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa concede uma importância crucial aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos significados e aos discursos que é transmitido por eles. Em suma, este tipo de pesquisa busca pela descrição detalhada dos elementos e fenômenos que o abrangem. Foi utilizada a técnica de entrevistas semiestruturadas que, segundo Marconi e Lakatos (2004), é uma técnica de pesquisa que representa um dos instrumentos básicos para coleta de dados tratando-se de uma conversa oral entre duas ou mais pessoas, das quais uma delas é o entrevistador e a outra o entrevistado.

Assim sendo, os autores optaram, para o desenvolvimento deste artigo, realizar entrevistas com profissionais da área de recursos humanos que possuem experiências, conhecimento e visões de como uma organização e o mercado dispõe dos benefícios para os colaboradores. A criação do roteiro teve como propósito identificar se os benefícios promovem/impulsionam a motivação e o ganho de competitividade na organização. Os entrevistados foram selecionados por meio de amostragem intencional, sendo elementos característicos e representativos para o estudo.

Em vista disso, foi explorada a perspectiva de 5 profissionais que possuem experiências, conhecimento e visões da remuneração, do setor de recursos humanos e da questão de benefícios, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1- Dados dos entrevistados

Participantes	Idade	Área de atuação	Cargo	Tempo na área (Em anos)
1	54	Gestão de Recursos Humanos	Diretora Social	30
2	*** Não informado	Área financeira Contábil	Pedagoga em RH	+ 30
3	66	Gestão de Recursos Humanos	Pedagoga em RH	26
4	39	Gestão de Recursos Humanos	Analista Sênior	9
5	51	Área Acadêmica de Gestão de RH	Coordenadora	+ 30

Fonte: Os autores

A dimensão da amostra intencional foi definida pelo critério de saturação teórica Glaser & Strauss 2 originalmente conceituaram saturação teórica como sendo a constatação do momento de interromper a captação de informações, obtidas junto a uma pessoa ou um grupo, pertinentes à discussão de uma determinada categoria dentro de uma investigação qualitativa sociológica.

3.1. ANÁLISE DE CATEGORIAS

Em vista das transcrições das entrevistas com os participantes definiu-se 7 categorias sobre se os benefícios promovem/impulsionam a motivação e o ganho de competitividade na organização, assegurando o anonimato e proteção dos dados de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados, por meio da análise de categorias (FLORES, 1994) como é possível verificar no Quadro 1.

Decorrente da categoria Benefício é um investimento e não somente custo (BINIC), que exemplifica que as organizações estão contemplando os benefícios como uma ferramenta que gera ganho e não somente uma questão de gasto financeiro, identifica-se a metacategoria Criação de um ambiente saudável na organização (CASO) demonstrando que o benefício pode promover um ambiente profissional saudável para os colaboradores, auxiliando na qualidade de vida dos funcionários, afirmando-se pela fala do entrevistado "...benefício ele acaba influenciando no clima organizacional, ele acaba influenciando no trabalho em equipe, o benefício ele traz é... toda uma característica de humanização ou não da empresa é..."

Quadro 1- Análise de categorias

Código	Categorias	Unidades
BINC	Benefício é um investimento e não somente custo	<p>R1-“... Geralmente, as boas empresas, aquelas que as pessoas têm, gostam de trabalhar, que o ambiente é mais tranquilo ele. Ele proporciona para um ambiente mais tranquilo para o trabalho, digamos assim, né? Essas empresas elas já enxergam isso não como custo, porque enxergar como custo, isso daí é horrível, porque você proporciona ambiente ruim para para o, para o funcionário. Então eu diria que depende, eu acho que uma uma boa parte hoje, principalmente as, é grandes empresas...”</p> <p>R2-“...Algumas já entenderam o papel dos benefícios, então já entenderam que além dele ter um papel ligado a custo, porque quando eu invisto em um benefício, eu vou usar isso depois, ao meu favor, na hora de trabalhar imposto de renda e tudo mais...”</p> <p>R3-“...quando você pega empresa grande, que tem uma área de recursos humanos, você percebe que a área de benefícios ela tá voltada para o bem-estar do trabalhador não do custo. mas quando a empresa é média, pequena empresa, ela vai pela área de custo e não pelo bem-estar...”</p> <p>R4-“... Em relação ao benefício ser uma questão planejada estratégica ou ser pensado somente como custo. Algumas empresas, sim. Visualizam isso somente como custo, mas é hoje a maioria das empresas tem aberto os olhos nesse sentido de pensar como uma estratégia sim...”</p> <p>R5-“É... vem mudando bastante né, da época que eu iniciei no mercado, lá em 1990, mudou muita coisa, é... naquela época era custo mesmo, agora eles entendem que a pessoa é... não é só salário que mantém a pessoa dentro de uma empresa, muito pelo contrário, salário ele é um diferencial é... muito temporário né...”</p>
BCFAR	Benefícios como ferramenta de atração e retenção.	<p>R1-“...Sem dúvida, para reter talento, né? Imagina. É totalmente, a empresa, que é inteligência, que usa de inteligência...”</p> <p>R2-“... se eu tiver mais benefícios interessantes que a concorrência, eu vou conseguir reter atrair mais talentos do que a concorrência, então isso já tá sendo uma prática que está sendo quantificada pelas empresas...”</p> <p>R3-“... ela sabe que tem que dar algum benefício, senão ela não segura o funcionário, ela sabe que tem que fazer alguma coisa a mais... porque, muitas vezes o salário é menor né, tá um pouco mais baixo, tá ali, mantendo a média do mercado, mas ela não dando nada mais ela não consegue segurar os funcionários...”</p> <p>R4-“...nesse sentido de pensar como uma estratégia sim, inclusive para reter bons talentos, né? Então, é, não adianta ter um salário de 20000 reais, se eu não tiver um pacote de saúde bem-estar, que seja legal...”</p> <p>R5-“... não é só salário que mantém a pessoa dentro de uma empresa, muito pelo contrário, salário ele é um diferencial...faz parte do pacote de remuneração né, então é muito importante vocês, principalmente que vão pro mercado, tornar isso consciente para todos os funcionários né, porque isso daí retém demais as pessoas...”</p>
BFM	Benefícios como ferramenta para motivação	<p>R1-“...o funcionário, ele se sente mais motivado. Lógico que a motivação é que é uma questão intrínseca isso. A gente não pode negar, mas também quando ele vê que a empresa pensa nele, ele fala, puxa, eu não vou faltar...”</p> <p>R3-“...em termos de motivação, você tem que ver primeiro o que motiva o funcionário, porque a gente não motiva ninguém, mas damos estímulos, é um estímulo que eu posso dar para melhorar a sua motivação, por isso eu preciso saber o que você necessita, porque aí eu vou te dar um estímulo correto, pra você se motivar e aí sim promover a satisfação do empregado, pra que ele produza mais e eu tenha retorno disso...”</p>

		<p>R4-“...plano de benefícios pensado estruturado, sim, pode motivar os colaboradores. Como eu falei anteriormente, né? Então, um exemplo aí da licença maternidade estendida do auxílio creche é de um Family day. Você traz o profissional para próximo de você, você acaba, você como empresa acaba mostrando o que você de fato se preocupa com aquele profissional. Além dele, com a família dele, saúde, bem-estar. Então, é. É isso...”</p>
BFCDA	Benefícios como fator de competitividade dentre as organizações	<p>R2-“se eu tiver mais benefícios interessantes que a concorrência, eu vou conseguir reter atrair mais talentos do que a concorrência, então isso já tá sendo uma prática que está sendo quantificada pelas empresas, elas já estão começando a entender um pouco melhor como é que isso funciona..aí essa empresa é uma empresa legal ou não, ela tem problema, sim mas todas tem, mas de acordo com tudo o que a gente vê no cenário, ela é boa ou é ruim, e aí o colaborador vai poder dizer, e aí ele não pensa duas vezes, se eu estou numa empresa que é boa, eu só vou mudar para uma outra se a outra for muito melhor, se ela me trouxer um diferencial muito bom, se não, eu ainda tenho perspectiva nessa empresa, ainda posso crescer no plano de carreira, eu tenho um desafio..”</p> <p>R3-“ó, eu não dou um salário muito bom, mas eu dou esse e esse benefício, que outros concorrentes não dão” por exemplo, segurando o funcionário, isso sim né, é utilizado.</p> <p>R4 -“...benefício, hoje ele é sim, pensado de forma estratégica, eles sim podem ser utilizados para atrair e reter talentos. É, e sim a forma Como Ele É colocado, Como Ele É estruturado e Como Ele É apresentado faz toda uma diferença para que o profissional, decida se ele quer trabalhar na empresa x ou na empresa y, porque salário por si só, hoje não é tudo, né...”</p> <p>R5-“...e aí é um sonho de toda a empresa, ela ter um pacote de benefícios que seja o sonho de consumo de qualquer pessoa, que a pessoa entre no site dela e fale deixa eu ver o que que é que eu tenho que fazer para conseguir trabalhar nessa empresa um dia, participar de todos os processos seletivos possíveis e imagináveis...”</p>
CNCOPBE	Conhecer as necessidades do colaborador e a realidade da organização para formulação de pacotes de benefícios eficazes	<p>R1-“...A empresa primeiro ela tem que ter, ela tem que ter ciência do fluxo de caixa dela. Acho que isso tem que ficar muito claro, o que a empresa pode ou não pode oferecer...Acho que por ser o RH, o setor responsável por benefícios, né? Ele tem que ser muito proativo. Ele tem que trabalhar muito. Às vezes você vai fazer uma festinha de final do ano. Ah, não quero. Tem aquele pessoal que não gosta de festa.... Ah, tá. Ah, mas festa é ruim, então tá ótimo. Então sei lá. Olha, vamos ganhar um panetone, vamos ganhar não sei o quê parabéns, feliz natal...”</p> <p>R3 -“...Tem que olhar para o empregado pra que ele esteja bem, pra que ele esteja satisfeito, pra que ele esteja motivado e ele produza melhor pra mim, tendo a troca né..., mas eu tenho que saber, tenho que conhecer, tenho que pesquisar, tenho que entender, o que ele precisa, o que aquele funcionário precisa...”</p> <p>R5-“... e você vai priorizando tudo, ó, só que é muito caro, eu não consigo colocar agora isso aqui, é possível quantos por cento do meu público eu vou abranger com isso aqui, como é que vai ser a notícia disso, super legal, é um público pequeno, é mas, é uma notícia assim, olha você fala, nossa que empresa moderninha né... tudo vai depender da empresa que você é, os recursos que você tem, se você é local, se você está atuando em várias cidades daqui do Brasil, que isso também é atrativo, se você atua fora do Brasil, qual é a possibilidade que você pode tirar de benefícios em relação a essa estrutura que você tem tá, muito menor a empresa, mais difícil de fazer, porém um grupo de funcionários é menor, para você engajar é muito mais fácil, o número de funcionários grande pra você conseguir engajamento...”</p>
BPCGI	A existência de benefícios de pouco custo, mas grande impacto	<p>R1-“...Isso bem, esse café, esse acolhimento. Ah, a empresa pequena não tem dinheiro, vem de manhã com pãozinho, bota na mesa, quentinho, cafezinho, coisa maravilhosa...Faz uma diferença. É uma coisa impressionante. Pode ter um café, um chá, uma máquina, mas a pessoa, eh, o café. É importante. O café é uma coisa interessante, o café, as pessoas pensam, as pessoas se encontram...”</p> <p>R2-“... Se a empresa tem psicólogo no recrutamento seleção, tem um jurídico na nossa área de administração e tal, ela pode destinar algumas horas desse profissional para atender os</p>

		<p>colaboradores, isso é um benefício; não vou pagar mais para ele, se ele ganha 10 mil, ele vai continuar ganhando, a gente só vai remanejar as atividades dele...”</p> <p>R2-“...E adotando né, vamos pegar o exemplo mais básico, o day off, ele não vai gerar nenhum custo pra empresa, “ai, mas eu estou pagando um dia de salário do colaborador”, fala mano, alguém vai fazer o trabalho dele nesse dia, ou se ele não fez nesse dia, ele vai fazendo outro, e é interessante pra ver se ele faz sabendo que o Day Off dele tá chegando, e ele tá motivado, ele já vai deixar tudo organizado, ele não vai deixar nenhuma pendência, a não ser que seja uma coisa muito urgente e tal, mas nessa vibe, ele já vai passar para um par dele, para uma outra pessoa da equipe, já dá um toque pra chefia, quer dizer, ele não vai fazer com que a empresa tenha nenhum prejuízo, e para ele vai ser sensacional, é aquele dia dele que é o aniversário, uma coisa assim, ele vai curtir e voltar mais motivado, e não vai ter um custo para a empresa...”</p> <p>R3-“... tem benefícios que não custam... não é que não custam, tem os custos indiretos, custa... porque sai mais cedo custa, day off... custa, mas não é um custo é... perceptível né. Não é um custo que impacta o dono da empresa, porque se você... “ó, eu vou te dar o dia do seu aniversário”, por exemplo, mas você sabe que você vai ter tempo de fazer sua tarefa, você vai deixar tudo pronto, porque você sabe que naquele dia, que você vai ficar em casa, você não vai deixar pendência, e a empresa sabe disso, então pra ela é um benefício, então pra ela não vai ter um custo...”</p> <p>R4-“...um Family day. Você traz o profissional para próximo de você, você acaba, você como empresa acaba mostrando o que você de fato se preocupa com aquele profissional. Além dele, com a família dele, saúde, bem-estar...”</p>
<p>VOTB</p>	<p>A visão que a organização transmite de seus benefícios</p>	<p>R1- “...E lógico que ela vai fazer um cálculo. Poxa, se eu estou fazendo esse benefício, eu posso pagar x acho que vai muito de amadurecimento da empresa também de como ela passa isso para o funcionário. A visão que ela tá vendo aquilo, que ela é, ela tem um salário que ela pode pagar, mas é, é esses benefícios ela pode Pra Ela pode fazer. hum uma ou duas coisas por funcionário também enxergar que ela pensa nele...”</p> <p>R2-“...Eai, vai criando essa cultura, e vai criando também uma educação corporativa em cima disso, do tipo, olha. Parece poucas coisas mas para nós não é, pra gente trabalhador não é; tem prova, eu estou fazendo faculdade, isso aí de repente ela tem até na convenção de algum sindicato, tem outros que não, mas tendo, eu te libero, ‘ha, você vai chegar mais tarde na Fatec, vai sair mais cedo?’, não tem problema, sair mais cedo, você é um aluno regular, só comprova aqui pra mim, que eu tenho a documentação para o RH, para não virar bagunça, mas você vai ter o seu direito atendido.</p> <p>Você está fazendo faculdade, está usando seus conhecimentos aqui, e eu vou te proibir de sair um pouco mais cedo, para você fazer uma prova, uma apresentação, alguma coisa... então não é... é tudo coisa que dá...”</p> <p>R5-“...proporcionar o benefício, e é troca né, quando você fala de um benefício, você espera a troca, e isso pra mim, tem que ser muito claro, tem que ser muito bem comunicado pela empresa, que todo funcionário ele tem que ter essa ideia né...o RH, ele tem que ter esse trabalho de pensar em benefícios, de pensar na humanização ali, para cada faixa etária que existe né...”</p>

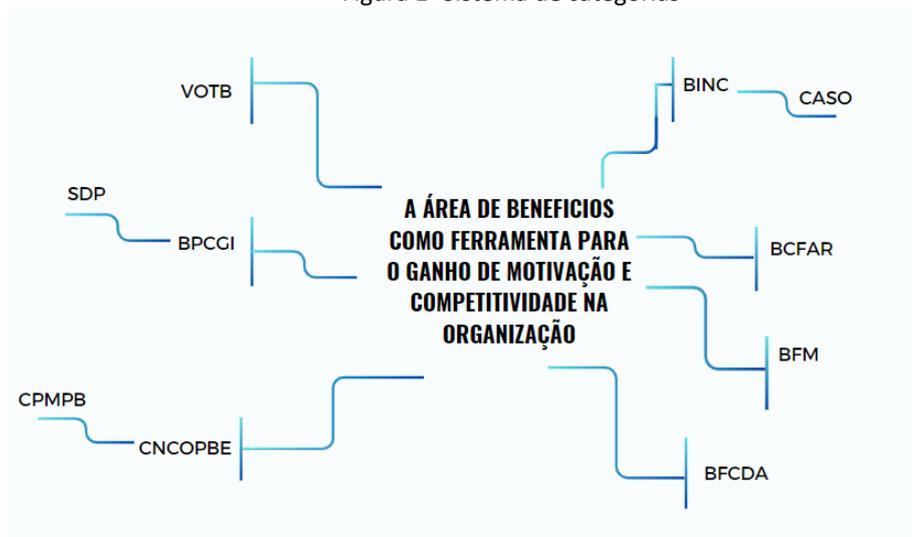
Fonte: Os autores

Nota-se a metacategoria Empresas especializadas em montar planos de benefícios (EPMPB) que se percebe um surgimento de empresas que tem como objetivo oferecer seus serviços de desenvolver planos de benefícios adequados para cada tipo de organização e seus colaboradores, visão demonstrada pela fala “...”...então a gente percebe, com esse crescimento das empresas de benefício especializado em benefício que a empresa já começou a ter uma transição, eu vejo aí uma transição, tá? É uma transição pra enxergar isso não como um custo, tá?...”, na categoria CNCOPBE - Conhecer as necessidades do colaborador e a realidade da organização para formulação de pacotes de benefícios eficaz, validando a importância de oferecer benefícios dentro de uma remuneração que realmente

podem ser úteis, que agradem aos colaboradores, sendo necessários um estudo aprofundado para investir nas questões relevantes que irão gerar um ganho, existindo a possibilidade da contratação de pessoas especializadas.

Consequentemente na categoria A existência de benefícios de pouco custo mas grande impacto (BPCGI) que assevera que uma organização não precisa exatamente realizar grandes gastos para conseguir atingir as necessidades de seus colaboradores por meio dos benefícios, que atos como um day off, uma disponibilidade de um café da manhã, uma coparticipação em oferecer um almoço em restaurantes locais etc. garantem uma imagem de preocupação e vontade de integração ao funcionário, originou-se a metacategoria O surgimento de parcerias (SDP) onde a empresa não vai ter que investir sozinha no benefício gerando grandes custos, validando-se nas afirmações do entrevistado “ Se ela não tem essa condição de dar um plano de saúde, talvez ela faça um convênio com essas empresas especializadas. Ofereço essa pelo para ele e para a família dele, de uma forma que ele consiga ter um pelo menos acesso a um médico, a um exame mais barato...” também como “...de repente têm né dependendo do volume tem né? Mas eu digo muito pequena. Olha lá talvez, aí eu penso, há vou pagar vou, vou pagar, é uma refeição, vou oferecer uma refeição, mesmo que fosse no local. Né, é fazer um pacote de refeição, pelo menos ali, ah, vou, vou fazer um contato com a moça aqui na esquina.

Figura 1- Sistema de categorias



Fonte: Os autores

4. Resultados e Discussões

Mediante os materiais coletados pelas entrevistas, é relevante expor que as organizações com o auxílio do setor de recursos humanos, ou até a área de benefícios propriamente falando, estão notando a importância dos benefícios que são oferecidos aos seus colaboradores, além dos custos evidentes que provêm do pacote escolhido, as empresas abordam o assunto como um investimento necessário, que trará muitos frutos positivos, zelando por ofertar qualidade de vida, motivação, sentimento de pertencimento, espaço agradável e a promoção de melhores entregas.

Além dos funcionários, os benefícios oferecidos podem e devem ser utilizados como uma ferramenta para atração e retenção, já que o salário é somente uma parte da remuneração, para complementar, é fundamental que as organizações forneçam benefícios que atraiam os olhares de possíveis candidatos e que da mesma maneira, consigam reter os grandes talentos que possui, não acarretando perdas por falta de um pensamento estratégico. Logo, é um fator decisivo para a questão competitiva entre as

organizações, dispor de um pacote que vai atender as necessidades dos candidatos e colaboradores e será uma vantagem em relação às outras empresas.

Entretanto, é imprescindível que se conheça seu público e as necessidades, não adianta só montar um pacote e esperar que atinja os objetivos de motivação, atração e retenção, se não ter o conhecimento do que vai ser útil e aproveitado; ressaltando a questão de que não é necessário grande gasto, excluindo os benefícios legais, até uma organização de pequeno porte pode fornecer benefícios que vão atender as demandas, como exemplo, o uso de parcerias. É importante que a empresa reconheça qual a visão dos benefícios que está transmitindo aos colaboradores, tendo a missão de compartilhar quais são os oferecidos, sua importância e realizar uma manutenção, se necessário, ao plano atual.

Em suma, as empresas estão visualizando e empregando os benefícios como investimento, além de um custo, é algo progressivo que as médias e grandes corporações conseguem arcar por questão de verba, inclusive as pequenas, por meio de benefícios sem grandes custos imediatos, como um Day off, um Family day e servir um café da manhã. Consequentemente, serve como um fator de competitividade, que vai atrair, reter e motivar o candidato e funcionário, propondo um ambiente agradável para a realização de suas entregas no dia a dia.

5. Conclusão

Conforme ressaltado na literatura, esse artigo explorou se os benefícios impulsionam a motivação e o ganho de competitividade na organização. Analisando a fundamentação teórica e o objetivo da pesquisa, fizemos entrevistas com profissionais da área, constatando o uso dessa ferramenta no mundo corporativo. Por meio dos resultados coletados, pode-se confirmar aspectos teóricos como o dos dois fatores de Herzberg, que ilustra a importância de um pacote de benefícios bem estruturado, criando ambientes motivadores e impactando diretamente no fator de higiene - satisfação do empregado.

O presente estudo se justifica na retificação de que a área de benefícios pode ser usada e planejada como uma ferramenta estratégica voltada à motivação dos funcionários e na vantagem competitiva dentro do mercado de trabalho. Reavendo a hipótese deste tema, reconhece-se que a área de benefícios pode ser usada como uma ferramenta, e as empresas têm entendimento sobre esse tema, mas muitas ainda optam por estratégias padrões, ao invés de explorar as possibilidades dessa área.

Logo, esse estudo pode contribuir nas gestões corporativas, já que investir no bem-estar e na motivação dos funcionários de forma estratégica, sendo não só um diferencial, mas também uma vantagem no mercado de trabalho, já que o capital humano está sendo usado como principal ativo nos resultados.

Propõe-se a produção de mais estudos em torno desse tema, se aprofundando no pensamento e uso dessa área como uma ferramenta e, em como ela traz ganhos vantajosos ao mercado contemporâneo. Para isso, é possível criar treinamentos e programas focados em gestão de benefícios interligando ao tema principal citado e em ressaltar a importância de como são “vendido/mostrado” os pacotes de benefícios, seguindo a cultura e o clima da organização.

Referências

ARAUJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. Gestão de Pessoas - estratégias e integração organizacional. Ed. 2ª, São Paulo, Atlas, 2014.

FARIAS, Litieli T. B. FATORES MOTIVACIONAIS NO SERVIÇO PÚBLICO: UM ESTUDO DE CASO EM UM CAMPUS DESCENTRALIZADO DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA. Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/131542>. Acesso em: 04 nov, 2023.

FLORES, J. G. Análisis de datos cualitativos - aplicaciones a la investigación educativa. Barcelona: PPU, 1994. Disponível em: <https://hdl.handle.net/11441/77867>. Acesso em: 04 nov. 2023.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 27 outubro 2023.

LIMA, Rômulo Brito de. Benefícios como forma de reter e atrair o colaborador. 2020. 23f. Artigo (Graduação em Administração) - Faculdade Unifametro Maracanaú, 2020. Disponível em: <http://repositorio.unifametro.edu.br/handle/123456789/936>. Acesso em: 13 set. 2023.

LOUREIRO, Lucimara Fernandes; VAZ, Thaina Fraga. Remuneração e carreira como fatores motivacionais no processo de gestão de pessoas. DSpace. 2019. Disponível em: <http://dspace.doctum.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/3138>. Acesso em: 12 set. 2023.

LUIZ, Diogo S. ; BERTONI, Flávia de A. ; MACHADO, Giovanni Bohm. Análise do grau de motivação comparando os fatores expostos por herzberg: estudo de caso em uma empresa de formação de condutores. Revista de Carreiras & Pessoas, v. 9, n. 1, p.28-45. 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/ReCaPe/article/download/37224/27510>. Acesso em: 12 set. 2023.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V. Metodologia científica. São Paulo, Atlas, 2003. Disponível em: https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india. Acesso em: 04 nov 2023.

MONTICELLI, Daniela Belloli. A motivação no ambiente empresarial a motivação do colaborador no ambiente empresarial e qual sua importância sobre o desempenho do profissional de acordo com um levantamento de dados em uma empresa s/a. Revista Eletrônica em gestão e Tecnologia, v. 5, n. 2. Dez. 2019. Disponível em: <https://refaqi.faqi.edu.br/index.php/refaqi/article/download/79/69>. Acesso em: 12 set. 2023.

MUNDO CARREIRA. O que é motivação no ambiente de trabalho e como estimulá-la? Mundo carreira, 2016. Disponível em: <http://mundocarreira.com.br/motivacao/o-que-e-motivacao-ambiente-de-trabalho-e-como-estimula-la/>. Acesso em: 04 nov. 2023.

PONTES, Benedito Rodrigues. Administração de Cargos e Salários - Carreiras e Remuneração. ed.19, São Paulo, LTr. 2019.

SIQUEIRA, Geancarlos; ARAÚJO, Adriana C. A IMPORTÂNCIA DOS BENEFÍCIOS PARA A MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES NAS ORGANIZAÇÕES. Revista Eletrônica FABE, v. 6, nº7, 2016. Disponível em: <http://fabeemrevista.com.br/7/integra/02.pdf>. Acesso em: 04 nov 2023.

VARGAS, Sandra M. L. BICHETT, Miria. FATORES INFLUENCIADORES NA SATISFAÇÃO E MOTIVAÇÃO AO TRABALHO NO SETOR PÚBLICO MUNICIPAL. Desafio Online, Campo Grande, v.9, n.1, Jan./Abr. 2021. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/10195>. Acesso em: 04 nov. 2023.