

# NEGOCIOS

Programas de incentivos en Conrad / Programas de incentivos no Conrad

■ “El viaje fue fantástico, con mi señora tuvimos una semana inolvidable. Sólo faltaba que algún gerente de la empresa nos despidiera el día de la partida”. Este comentario pertenece a un vendedor de cigarrillos de Nobleza Piccardo, quien participó en un programa de incentivos que le permitió viajar junto a su esposa y otros 48 compañeros de todo el país a Punta del Este, durante 7 días alojándose en Conrad Resort & Casino a comienzos del 2002.

Las fuerzas laborales que año tras año participan en este tipo de iniciativas comienzan a transformarse en un público más exigente con el paso del tiempo, y son clientes difíciles de satisfacer. Sus compañías los premian por superar ciertos objetivos vinculados a ventas o calidad de servicio, algo que desarrolla un espíritu competitivo y estimulante que se refleja en que nadie quiere quedarse

afuera del premio final. El comentario inicial de esta nota también explica lo que no siempre está tan claro en las empresas: ¿es el dinero la verdadera fuente de motivación en nuestros empleados? ¿son nuestros distribuidores y/o compradores sensibles solamente a mayores descuentos?

Para despejar esta duda, SITE (Society of Incentive & Travel Executives) ha investigado y comprobado que los programas de premios en efectivo tienen menos éxito que los programas cuyos premios son viajes especiales. Aquel viaje de incentivos a Conrad en Punta del Este para Nobleza Piccardo fue diseñado con el objetivo de que las actividades y vivencias fueran únicas e irrepetibles para el grupo: la estadía en un resort y casino de nivel internacional; la realización de un torneo de tragamonedas exclusivo para el grupo; clases de ruleta, blackjack y baccarat con los

■ “A viagem foi fantástica, eu e minha esposa passamos uma semana inesquecível. Só faltava que algum gerente do hotel se despedisse de nós no último dia”. Esta opinião foi dada por um vendedor de cigarros da empresa Nobleza Piccardo, que participou de um programa de incentivos cujo prêmio foi uma viagem com sua esposa e mais 48 colegas de toda a Argentina a Punta del Este, durante sete dias, hospedando-se no Conrad Resort & Casino no início de 2002.

Os profissionais que ano após ano participam deste tipo de iniciativa começam a se transformar em um público cada vez mais exigente com o passar do tempo, e são clientes difíceis de satisfazer. Suas empresas os premiam por superar certos objetivos relacionados às vendas ou qualidade de serviços, o que desenvolve um espírito competitivo e estimulante que faz com que ninguém queira ficar de fora do prêmio final.

A frase do início desta matéria também explica o que nem sempre está tão claro nas empresas: será o dinheiro a

verdadeira fonte de motivação para nossos funcionários? Os nossos distribuidores e/ou consumidores são sensíveis somente a maiores descontos? Para responder a esta dúvida, o SITE (Society of Incentive & Travel Executives) tem investigado e comprovado que os programas de prêmios em dinheiro têm menos chances de ser bem sucedidos que programas cujos prêmios são viagens especiais. Esta viagem de incentivo ao Conrad em Punta del Este, idealizado pela Nobleza Piccardo foi criado com o objetivo de que as atividades e vivências fossem únicas e inéditas para o grupo: a estadia em um resort e cassino de nível internacional; a realização de um torneio de caça-níqueis exclusivo para o time de vendas da empresa; aulas de ruleta, blackjack e baccarat com os experientes croupiers do Cassino do hotel; atividades esportivas na praia e também em Solanas; saídas

experimentados croupiers del Casino del hotel; actividades deportivas en la playa y también en Solanas; salidas a cenar fuera del hotel; cena-shows en el hotel; entre otras. Casi todas las noches obsequios sorpresa fueron repartidos en cada habitación para impactar al grupo. Entre las consignas más importantes en un viaje de incentivos siempre se pretende que el participante obtenga experiencias exclusivas que, en forma individual o por su cuenta, nunca hubiera podido alcanzar. Esto eleva el nivel percibido del premio y refuerza el vínculo con la empresa empleadora o patrocinadora del programa.

Otros programas de incentivos se utilizan para fidelizar a vendedores y distribuidores externos. Este es el caso de Motorola, premiando la fidelidad y el conocimiento de sus nuevos modelos que poseen los vendedores de teléfonos celulares de los

principales carriers en Chile y Argentina.

A su vez, aquellas empresas que en tiempos de crisis aplican programas de incentivos en general capitalizan en forma rápida y concreta los beneficios de su iniciativa: si no hay espacio para aumentar los sueldos, un viaje especial, una cena en un lugar exclusivo o un *gift-certificate* son excelentes maneras de levantar la moral e

incrementar metas en la fuerza de ventas propia. Es también una estrategia atractiva para empujar al canal de distribución externo para superar objetivos comerciales, de calidad de atención o de referidos.

Mientras que un 85 por ciento de los empleados considera que su nivel de motivación tiene un alto impacto en la calidad y cantidad de su trabajo, menos del 50% se considera a sí mismo motivado, de acuerdo con un estudio reciente de la SITE Foundation. El 58% de los entrevistados confirmó que su empleador actual no hace esfuerzos suficientes en motivarlo y un 75% dijo que un esfuerzo formal de

motivación de parte de la compañía ayudaría notablemente a mejorar el clima laboral.

Números, estadísticas que, paradójicamente, reflejan la importancia de un estímulo sustentado en la calidez y basado en la identificación con la empresa empleadora o patrocinadora del programa. ■

\* Presidente de AV-Business & Communication, The Full Service Incentive and Marketing Company of Argentina.

noturnas fora do hotel; jantares com show, entre outras.

Quase todas as noites, foram entregues brindes no quarto de cada um dos membros do grupo de forma a surpreendê-los. Isto porque, quando se fala em viagem de incentivos, pode-se dizer que um dos objetivos principais é que o participante seja tratado de uma forma exclusiva, o que talvez por conta própria muito dificilmente poderia atingir. Isto eleva o grau de percepção do prêmio e reforça o laço com a empresa empregadora ou patrocinadora do programa.

Outros programas de incentivos

iniciativa: se o orçamento não permite aumentar os salários, uma viagem especial, um jantar em um lugar exclusivo ou um *gift-certificate* são excelentes formas de reconhecer e estimular o cumprimento de metas entre sua equipe de vendas. É também uma estratégia interessante de incentivar os canais de distribuição externos a superar objetivos comerciais, de qualidade de atendimento, entre outros.

Enquanto um 85% dos

funcionários considera que seu nível de motivação tem alto impacto na qualidade e quantidade de trabalho, menos de 50% se considera motivado, segundo um recente estudo realizado pela SITE Foundation. Um 58% dos

entrevistados confirmou que as empresas onde trabalham não se esforçam o suficiente em mantê-los motivados e um 75% afirmou que uma iniciativa formal de motivação por parte da companhia ajudaria notavelmente a melhorar o ambiente de trabalho.

São números, estatísticas que, paradoxalmente, refletem a importância de um estímulo sustentado e baseado na identificação com a empresa empregadora ou patrocinadora do programa. ■

\* Presidente da AV-Business & Communication, The Full Service Incentive and Marketing Company da Argentina.

