



ANÁLISE DA MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO DENTRO DE UMA PRAÇA DE PEDÁGIO

DÉRCIA ANTUNES DE SOUZA

derciaantunes@uol.com.br

FATEC - FACULDADE DE

CAMILA FERNANDES

camilalafs@gmail.com

FATEC - FACULDADE DE

THALLYTA MOREIRA

thallyta_sm18@hotmail.com

FATEC - FACULDADE DE

MARCOS APARECIDO GODOY

maapgodoy@hotmail.com

FATEC - FACULDADE DE

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar os fatores motivacionais que interferem no clima organizacional sob a ótica dos colaboradores que atuam em uma praça de pedágio localizada no município de Itatiba-SP. Trata-se de uma pesquisa descritiva-exploratória e delineada como pesquisa de campo com aplicação de questionário semiestruturado para 21 funcionários que atuam diretamente na arrecadação da praça de pedágio durante o período diurno. Os resultados indicam que a empresa objeto da pesquisa possui alguns fatores que causam motivação e satisfação, como: o salário e os benefícios e as chances de crescimento profissional. Também se verificou que os colaboradores têm uma boa relação com os demais colegas da equipe. Em relação aos fatores que causam desmotivação, foram indicados a falta de reconhecimento e o salário incompatível. Conclui-se, portanto, que, apesar dos pontos citados que necessitam de maior atenção, é possível perceber que a empresa tem a preocupação com o bem-estar dos colaboradores e concede um ambiente de trabalho saudável e favorável à motivação de seus funcionários.

Palavras Chave: Ambiente de trabalho - Motivação - Clima Organizacional - Pedágio - Satisfação

1. INTRODUÇÃO

No Estado de São Paulo existe o Programa de Concessões Rodoviárias que é fiscalizado pela ARTESP (Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo). Neste programa é concedido à uma empresa privada a administração de uma ou mais rodovias, o processo de escolha ocorre através de licitação pública. Considerando o tempo que é dado a uma empresa para atuar em um lote de rodovias (30 anos) e que nesse período será indispensável presença de pessoas trabalhando nesta área, vê-se a necessidade em aplicar um estudo motivacional para que as empresas que atuam nesse ramo possam ficar mais atentas aos sinais de desmotivação, que pode levar a atenuação na produtividade e até mesmo a aumentar a rotatividade de colaboradores na área.

Em uma organização, o capital humano é um dos bens mais importantes que se pode ter, desde que bem capacitado e com as habilidades necessárias para se elaborar as funções designadas. Sendo assim, é necessário que os colaboradores se sintam seguros e determinados ao exercer sua função, seja ela qual for. Para que isso ocorra de forma a trazer benefícios para a empresa, é preciso que seja observada a importância da motivação para os funcionários, pois uma vez que se sintam bem em seu ambiente de trabalho, conseguirão atingir os objetivos impostos com mais facilidade.

A motivação pode ser considerada como o conjunto de razões ou necessidades que são responsáveis pelo comportamento humano, que busca sempre atingir um objetivo, seja ele comum ou individual. Nesse contexto, Chiavenato (2003, p. 119), afirma que “toda necessidade não-satisfeita é motivadora de comportamento. Quando uma necessidade não é satisfeita dentro de um tempo razoável, ela passa a ser um motivo frustrado”. Uma vez que existe a insatisfação frente à uma necessidade no ambiente profissional, a desmotivação acontece, com isso, pode ocorrer a diminuição na produtividade do funcionário.

Tendo o conhecimento de que cada ser humano é único, com suas vivências, conhecimentos, convicções e desejos é possível perceber que certos estímulos podem surtir efeito apenas em algumas pessoas, porém existem fatores que podem ser aplicados para que se possa aumentar a motivação dos funcionários como um todo. Segundo Gil (2007, p. 205), muitas teorias apontam que “as pessoas passam a trabalhar com mais entusiasmo e motivação quando são dadas as oportunidades necessárias e aplicados os estímulos corretos”. Conseqüentemente, dentro de uma organização, para que um grupo se sinta motivado e atinja os objetivos que a empresa necessita para crescer, é importante que a empresa fique atenta aos sinais que podem indicar desmotivação entre as equipes.

O objetivo geral deste artigo é analisar os fatores que interferem na motivação segundo a percepção de colaboradores em um pedágio de uma rodovia concessionada. E como objetivos específicos têm: descrever o perfil dos respondentes da presente pesquisa; identificar os fatores causadores de motivação e desmotivação no ambiente de trabalho; e, identificar na literatura, as teorias motivacionais, conceitos de clima organizacional e motivação.

Este trabalho é relevante para a percepção dos fatores que podem motivar, ou não, um colaborador que atua na área de arrecadação em uma praça de pedágio de uma rodovia concessionada, com isso é possível analisar em que áreas pode-se atuar para melhorar a motivação coletiva e individual desta classe de trabalhadores.

A metodologia usada é a pesquisa descritiva-exploratória, pois pretendeu-se descrever a opinião dos respondentes acerca dos fatores motivacionais que interferem no clima organizacional. O delineamento adotado foi a pesquisa de campo/Survey, pois foi aplicado um questionário semiestruturado para colaboradores de uma praça de pedágio localizada no município de Itatiba/SP.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITO DE MOTIVAÇÃO

Na literatura, é possível encontrar diversas interpretações para a motivação. Contudo, pode-se analisar mais à fundo, na etimologia da palavra “motivar”, do latim encontra -se a palavra *motivus*, que significa “o que move, o que empurra”. Assim deve-se entender que a motivação é, afinal, uma força que move alguém para a realização de algo. Nesse contexto, conforme defendido por Chiavenato (2008, p. 231) “as necessidades humanas ou motivos são forças internas que impulsionam e influenciam cada pessoa determinando seus pensamentos e direcionando o seu comportamento diante das diversas situações da vida”.

Gil (2007, p. 201) indica que “cada um de nós dispõe de motivações próprias geradas por necessidades distintas e não se pode, a rigor, afirmar que uma pessoa seja capaz de estimular a outra”. Nesse âmbito Vergara (2012) considera que a busca na realização de uma necessidade depende da influência de fatores internos e externos.

Ninguém motiva ninguém. Nós é que nos motivamos, ou não. Tudo que os de fora podem fazer é estimular, incentivar, provocar nossa motivação. Dito de outra maneira, a divergência entre motivação e estímulo é que a primeira está dentro de nós e o segundo, fora. (VERGARA, 2012, p. 42)

De acordo com o pensamento acima é possível entender que a motivação é intrínseca e cada pessoa reage diferentemente aos estímulos externos. Sendo assim, cada pessoa se sente motivada de forma distinta, mesmo que sejam aplicados estímulos iguais. Bergamini (2002, p. 64), nesse mesmo contexto afirma que “nem sempre dois indivíduos que agem da mesma maneira o fazem pelas mesmas razões”, tendo em vista a vasta variedade de diferenças entre nós, seres humanos. Complementando as ideias acima, Chiavenato observa como a diversidade afeta a maneira em que as pessoas se sentem motivadas.

Cada pessoa possui motivos ou necessidades que condicionam seu comportamento e que são pessoais e individuais, pois são determinados por fatores que formam a personalidade, por traços biológicos e psicológicos e pelas características adquiridas pela experiência pessoal e aprendizagem de cada pessoa. Ademais, cada pessoa pode sentir e perceber seus motivos e necessidades de maneira diferente, em diferentes épocas ou situações (CHIAVENATO, 2008, p. 231).

Tendo o conhecimento que a motivação é algo mutável, um indivíduo pode sentir-se disposto, ou não, para executar alguma atividade, por mais que já o tenha feito centenas de vezes. Desta forma, Maximiano (2010, p. 250) propõe que “uma pessoa motivada para trabalhar pode não ter motivação para estudar ou vice-versa. Não existe um estado geral de motivação, que leve uma pessoa a sempre ter disposição para tudo”. Seguindo a linha de pensamento de que cada pessoa se sente motivada de forma diferente por coisas diferentes, pode-se também entender que a motivação depende de uma variação de esforços aplicados. Conforme Robbins (2009, p.132) a motivação pode também ser entendida como o “processo responsável pela intensidade, pela direção e pela persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de determinada meta”.

2.2 MOTIVAÇÃO NO TRABALHO

Assim como em qualquer âmbito de vivência humana, no ambiente organizacional a motivação também é fundamental para que tarefas sejam cumpridas, e para que estas sejam cumpridas da melhor maneira possível. Desta forma, Lopes (2003, p. 10) afirma que:

A motivação para o trabalho é uma expressão que indica um estado psicológico de disposição ou vontade de perseguir uma meta ou realizar uma tarefa. Dizer que uma pessoa está motivada para o trabalho significa dizer que essa pessoa apresenta disposição favorável ou positiva para realizar o trabalho.

Sabendo-se que a motivação tem direta ligação com o desenvolvimento profissional de um colaborador, é necessário que haja a percepção por parte da organização de atentar-se aos motivos que fazem ou podem fazer com que alguém se sinta desmotivado no ambiente de trabalho. De acordo com Gil (2007, p. 45) “reconhece-se que os empregados preferem trabalhar em empresas que oferecem qualidade de vida, ou seja, capazes de proporcionar segurança e satisfação”. Assim, entende-se que a empresa precisa agir de maneira que possa garantir um ambiente agradável para seus colaboradores conseguirem um desenvolvimento.

Em contrapartida, é necessário observar que da mesma maneira em que as pessoas se sentem motivadas a satisfazer suas necessidades mais básicas, elas também podem, em algum momento, sentir-se motivadas para agir de maneira negativa. Neste contexto, Maximiano (2010, p. 250) indica que “as pessoas também se motivam para fazer coisas que vão na direção oposta à desejada pela empresa, como greves, sabotagens, roubo de mercadorias ou invasões de fábricas que demitem funcionários”. Para que não se chegue a esse extremo, os sinais de desmotivação e falta de interesse devem ser percebidos, analisados e assim, controlados.

Quanto a percepção da motivação no ambiente organizacional, Gil (2007, p. 210) evidencia que “a motivação geralmente se revela por meio de expressões e gestos positivos, tais como um sorriso, uma expressão solícita, um olhar confiante ou uma postura tranquila”. Assim, pode-se compreender que é possível analisar, e em pequenos detalhes notar como uma pessoa pode estar se sentindo em relação ao trabalho.

2.3 TEORIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW

Abraham Maslow nascido em 1908, foi um psicólogo americano conhecido por apresentar a hierarquia de necessidades de Maslow, considerada uma das teorias sobre motivação mais importantes. Ele acreditava que todo o ser humano possuía necessidades que deveriam ser realizadas, ou seja, toda necessidade possui uma escala de valores que tem como objetivo serem concluídas e assim irem surgindo outras no lugar.

Archer (1997, p.24) apresenta uma importante ênfase ao descrever que a diferença entre fatores motivadores e de satisfação. Geralmente as pessoas acabam confundindo o que satisfaz, com a necessidade, que seria fator de motivação. Com isso o autor acabava dando o exemplo da água para poder explicar e esclarecer esses dois conceitos.

Água, por exemplo, é um fator de satisfação de uma necessidade denominada sede; todavia, sempre que a sede é sentida, há a tendência de encarar a água como a necessidade, em lugar da sede, em si mesma. Isto é exemplificado por afirmações que referem ao fator de satisfação, tomado no contexto da própria necessidade: “eu necessito de água”. Esta é a expressão corriqueira que é usada pela pessoa que está sentindo sede. Refletindo-se mais sobre o assunto, torna-se óbvio que a água não pode de forma alguma ser uma necessidade – é um fator de satisfação da necessidade.

Maslow apresentou sua teoria onde as necessidades humanas estariam colocadas de uma forma que se apresenta como uma hierarquia de importância e de influência, cuja base são as necessidades mais baixas e o topo as mais elevadas. Abaixo poderá observar uma demonstração desta teoria aplicada em forma de pirâmide, aonde se visualiza a hierarquia de cada necessidade mencionada por Maslow.

Figura 1: Hierarquia das Necessidades de Maslow



Fonte: Robbins, Stephen, Comportamento Organizacional, 14ª edição, 1943, p.198

Maslow usou o formato de pirâmide para definir em cinco categorias as necessidades humanas, onde a mais básica das necessidades se encontra na base da pirâmide pois, elas são vistas como necessidades diretamente relacionadas com a sobrevivência. Desta forma Maslow conclui que o indivíduo só busca prosseguir em suas realizações quando um nível anterior estiver sanado, sendo assim a motivação para realiza-las vem de modo gradual. Neste mesmo contexto Gil (2007, p. 201) apresenta como isso influencia o indivíduo cotidianamente.

Os motivos tendem a perder sua força ao serem satisfeitos. Quando isso ocorre, outras necessidades competitivas se tornam mais intensas. Por exemplo, se em um indivíduo a sede é uma necessidade muito forte, a ingestão de água tende a reduzir essa força, fazendo com que outras necessidades se tornem mais importantes.

A seguir, encontra-se um quadro que explica os níveis escalados na pirâmide de Maslow mencionada anteriormente.

Quadro 1: Hierarquia das Necessidades de Maslow

Necessidade de Auto Realização	As ações que nos realizam de forma pessoal e única. Atingem o nosso conjunto intrínseco de vontades e/ou crenças. Podem ser percebidas na dedicação incondicional e na motivação consiste com hábito e sentimentos de prazer.
Necessidade de Estima	Procura de prestígio e valorização pessoal diante de outras pessoas, grupos ou culturas. Refletem-se na busca por poder, posse, qualificação pessoal e profissional
Necessidades Sociais	O conjunto de relações nos mais diversos grupos aos quais pertencemos. Expressam-se por meio dos amigos, parceiros, semelhança ou semelhança de interesse.
Necessidades De Segurança	Refere-se à proteção física e mental, e ausência de ameaça à integridade. Expressam-se mediante a habitação, a segurança e a proteção pessoal.
Necessidades Fisiológicas	São aquelas que se relacionam com o ser humano como ser biológico. São as mais importantes: necessidades de manter-se vivo, de respirar, de comer, de descansar, beber, dormir, ter relações sexuais etc. No trabalho: Necessidade de horários flexíveis, conforto físico, intervalos de trabalho etc.

Fonte: LIMONGI FRANÇA. Ana Cristina, Comportamento Organizacional: conceitos e práticas.1ª ed. São Paulo, Saraiva, 2006.

2.4 CLIMA ORGANIZACIONAL

Todas organizações são compostas de indivíduos, onde cada um tem seu repertório comportamental, ou seja, suas formas de interagir com o ambiente social decorrem de suas histórias de vidas. O clima da organização é um importante conceito para um gestor, porque é através do estabelecimento de um clima organizacional adequado que o gerente pode estabelecer as condições motivadoras no ambiente de trabalho. A eficácia da organização pode ser aumentada criando-se um clima organizacional que satisfaça as necessidades dos membros da organização. Desta forma, Chiavenato (1999, p. 281), assevera que o clima organizacional “constitui o meio interno de uma organização, a atmosfera psicológica característica de cada organização. O clima é profundamente influenciado pelo estado motivacional das pessoas”.

Champion (1988) afirma que, o clima organizacional compreende impressões gerais dos empregados em relação ao seu ambiente de trabalho. Nesse sentido, o clima reflete os atributos de uma organização, seus valores, crenças e atitudes que afetam a maneira pela qual as pessoas ou grupos se relacionam no ambiente de trabalho.

Souza (1978, p.38) passa a definir o clima organizacional com um fenômeno resultante das variáveis culturais, ou seja, ele considera que é perceptível do que suas fontes casuais, comparando-o a um perfume, pois percebe-se o efeito, sem conhecer os ingredientes, embora, as vezes seja possível identificar alguns deles. O clima organizacional é “a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional que é percebida ou experimentada pelos participantes da empresa e que influencia o seu comportamento” (CHIAVENATO 2000, p.305).

Pode-se analisar então, a partir das definições citadas, que é possível constatar a presença de dois elementos comuns a quase todas elas: trata-se da referência à percepção como o meio de detecção do clima, o que indica forte subjetividade inerente ao processo. E o outro elemento é a influência do clima organizacional na satisfação, na motivação e no comportamento das pessoas.

Com isso, a organização busca conduzir o novo colaborador de modo a adaptar seu comportamento as expectativas e necessidades da empresa. Do mesmo modo, o novo participante procura influenciar a organização a fim de criar uma satisfação de trabalho que lhe proporcione satisfação e o alcance de seus objetivos pessoais. Seria no caso um processo de mão dupla, onde cada uma das partes tentam adaptar e influenciar as outras partes aos seus propósitos. Assim sendo, Chiavenato (2010, p. 181), ressalta que:

Trata-se de “socialização organizacional a maneira como a organização recebe os novos funcionários e os integra a sua cultura, ao seu contexto e ao seu sistema, para que eles possam comportar-se de maneira adequada as expectativas da organização”. Ou seja, as práticas de socialização organizacional são a maneira pela qual a organização procura marcar no novo participante a maneira de ele pensar e agir de acordo com os ditames da organização.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O objetivo geral deste artigo é analisar quais os fatores afetam a motivação no ambiente de trabalho dos colaboradores de uma praça de pedágio, bem como, descrever o perfil dos respondentes da empresa. As informações da concessionária que foi objeto de estudo, foram preservadas mediante solicitação da diretoria da empresa.

Com base nas teorias aplicadas neste trabalho, foi elaborado um questionário que tem como objetivo identificar os fatores de motivação e desmotivação no ambiente de trabalho. Esse questionário foi aplicado para 21 (vinte e um) colaboradores que trabalham durante o período diurno (06:00h às 18:00h) em uma praça de pedágio na cidade de Itatiba/SP. O questionário foi estruturado com 09 questões de perguntas fechadas, conforme abaixo:

- 1) O relacionamento entre as pessoas da sua equipe é:
- 2) Indique a principal razão pelas quais você trabalha na empresa.
- 3) Dos itens abaixo relacionados, marque a opção que você considera atualmente como o principal fator de motivação.
- 4) Em termos gerais dentro da empresa, qual é o maior fator que o desmotiva?
- 5) Dentro da sua rotina diária, qual o maior motivo que causa desinteresse ou desânimo em seu trabalho?
- 6) A expectativa de assumir a responsabilidade por alguma tarefa:
- 7) Trabalhar na empresa é:
- 8) Em termos de estabilidade no emprego, as pessoas na sua área, incluindo você, sentem-se atualmente:
- 9) Como é que você se sente em relação à empresa?

No quadro 2 é apresentada a análise dos resultados com a descrição colaboradores respondentes da pesquisa:

Quadro 2: Perfil dos participantes

SEXO	IDADE	ESCOLARIDADE	ESTADO CIVIL	TEMPO NA EMPRESA
Feminino: 66,67%	18 à 25: 23,81%	Fundamental completo: 28,57%	Casado: 47,62%	Menos de 12 meses: 28,57%
Masculino: 33,33%	26 à 35 anos: 33,33%	Médio completo: 66,6%	Solteiro: 28,57%	1 à 2 anos: 33,33%
	36 à 45: 19,05%	Superior completo: 4,76%	Viúvo: 9,52%	2 à 4 anos: 14,29%
	Acima de 46: 23,81%		Outros: 14,29%	Acima de 5 anos: 23,81%

Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores.

A partir dos dados coletados é possível identificar que as mulheres correspondem à maior parte dos colaboradores entrevistados, somando um total de 14 pessoas. Pode-se também observar que a faixa etária dos mesmos é bem distribuída, a margem de idade com mais pessoas é dos 26 aos 35 anos, porém, não há um perfil etário específico para trabalhar neste local. Quanto ao nível de escolaridade da amostra analisada foi identificado que a empresa não exige que os colaboradores deste setor possuam o ensino médio completo, outro dado notado é que apenas 1 pessoa dentre as 21 entrevistadas possui ensino superior completo.

Tratando-se do tempo de atuação na empresa foi possível detectar que a rotatividade ao longo dos anos, nesse turno, vem aumentando. Uma vez que existem mais pessoas que foram contratadas nos últimos 12 meses do que pessoas que estão na empresa a mais de 5 anos.

Outro dado que foi identificado e é importante de ser mencionado tem relação com o perfil de pessoas contratadas ao longo dos anos. Ainda sobre o quadro apresentado acima, é observado que a contratação de homens para trabalhar na praça de pedágio vem aumentando ao longo dos anos, das 5 pessoas que trabalham na empresa há mais de 5 anos, todas são mulheres. Dos 7 homens entrevistados, 4 trabalham na empresa há menos de 2 anos.

Gráfico 1: Relacionamento da equipe



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

No gráfico acima pode-se observar que quanto ao relacionamento entre as pessoas da equipe analisada é perceptível que existe pouco conflito entre os colaboradores. A maioria das pessoas que responderam à pesquisa, ou seja, 95% dos colaboradores desta equipe indicaram que o relacionamento é bom ou ótimo. Apenas uma pessoa indicou que não tem um bom relacionamento com os colegas. É possível que haja uma relação entre a harmonia das pessoas nesta equipe e o tipo de ambiente em que os mesmos exercem sua função, cada um em sua cabine efetuando a cobrança das tarifas, sem contato com os demais.

Gráfico 2: Razão de trabalhar na empresa



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

No gráfico acima observamos que os motivos que fazem os colaboradores seguirem trabalhando nesta organização são variados e muito positivos. As principais razões para trabalhar nesta empresa, indicadas pelos funcionários desta equipe, são referentes às chances de crescimento profissional e aos benefícios oferecidos, sendo respectivamente 6 pessoas e 5

pessoas. Quanto aos demais, 4 pessoas indicam que a razão é o trabalho que é realizado, e outras 4 pessoas demonstram que o ambiente de trabalho é causa de trabalharem nesta empresa. Enquanto apenas 2 pessoas apontam que trabalham neste pedágio devido à falta de opção de outros empregos.

Gráfico 3: Fator de motivação



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

Em relação aos fatores que motivam os colaboradores deste turno, pode-se notar no gráfico acima que 6 das 21 pessoas sentem-se motivadas pelo salário somado aos benefícios (médico, dentário, alimentício, transporte e demais), sendo a maior porcentagem. Sobre as chances de crescimento profissional, 5 pessoas indicam como fator de motivação. Podemos então perceber que as condições de crescimento e os auxílios que a empresa oferece aos seus colaboradores faz com que estes sintam-se estimulados a trabalhar. O item “relação com a liderança” e “gostar do que faz” aparecem empatados na porcentagem, cada um com 4 pessoas. Já com a menor porcentagem, apenas 2 pessoas indicam que são motivadas pela integração da equipe.

Gráfico 4: Fator de desmotivação



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

Tratando-se dos fatores que desmotivam o funcionário que trabalha nesta praça de pedágio as respostas são variadas, porém uma se destaca. Muitas vezes pensamos que o dinheiro é sempre o principal fator que faz uma pessoa seguir trabalhando em alguma empresa, porém, os resultados indicam que o reconhecimento é um fator fundamental, faz com que as pessoas tenham confiança e sintam-se de fato parte ativa da empresa. Das 21 pessoas entrevistadas, 9 indicam a falta de reconhecimento da classe como algo que os desmotiva, 4 apontam o salário incompatível como fator de desmotivação. Outras 3 pessoas mostram que a desmotivação surge por conta da existência de conflitos com colegas de equipe, 2 pessoas indicam que conflitos com a chefia causam esse mesmo impacto. Dos demais, 2 pessoas são afetadas por conta das políticas da empresa e 1 aponta como outros.

Gráfico 5: Causa de desinteresse ou desânimo



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

A amostra acima indica que 9 colaboradores se incomodam com a comunicação ineficiente na empresa, ou seja, a comunicação ainda é considerada uma parte essencial em qualquer estrutura social, a comunicação ainda é a origem de muitas falhas existentes nas empresas. Com a segunda maior porcentagem, 4 pessoas, aparece o conflito interpessoal como fator de desinteresse entre os funcionários, é possível que isso ocorra justamente devido à comunicação ineficiente entre a equipe, o ruído da comunicação causa esse atrito entre as pessoas. A pressão diária e a longa jornada de trabalho aparecem como fatores de desânimo no dia-a-dia do funcionário, com respectivamente 3 pessoas cada. Por último, com as menores porcentagens, podemos notar que a falta de informação e a sobrecarga de trabalho também afetam os colaboradores dessa equipe, em menor peso, porém ainda presente, com 1 pessoa cada.

Gráfico 6: Expectativa de assumir responsabilidade



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

O gráfico acima trata de como os colaboradores se sentem em relação à possibilidade de assumir uma nova responsabilidade, neste caso tratando da chance de encarregar-se da liderança da equipe. O maior número de pessoas corresponde aqueles que não são afetados por essa possibilidade de assumir uma nova demanda, conta com 10 dos 21 entrevistados. Em seguida, com 19%, ou 4 pessoas cada, estão os que são afetados positivamente com esse novo encargo, indicando que “tende a aumentar a motivação e “aumenta bastante a motivação”. Seguindo para os que são afetados negativamente, 1 pessoa que indica que a motivação tende a reduzir, e 2 pessoas demonstram que a motivação reduz bastante.

Gráfico 7: Sobre trabalhar na empresa



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

A partir dos dados apresentados acima, podemos perceber que os colaboradores conseguem sentir-se orgulhosos de trabalhar nesta empresa, mesmo que ainda existam pontos

que necessitem de atenção, das 21 pessoas, 9 indicam esse sentimento sobre trabalhar neste local. Conforme a segunda maior porcentagem do gráfico acima, é possível notar que 4 pessoas indicam que trabalhar neste pedágio é um aprendizado. Outras 3 pessoas demonstram que trabalhar lá é um desafio e o demais encaram este trabalho como uma atividade comum.

Gráfico 8: Referente estabilidade



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

A partir dos dados acima podemos perceber que a empresa passa segurança para seus colaboradores quanto se trata da estabilidade no emprego. Dentre os 21 entrevistados, 2 pessoas estão muito seguras quanto a estabilidade e 11 demonstram que se sentem seguros em trabalhar nesta função, sendo a maioria. Logo após, com 5 pessoas, estão aqueles que não sabem como se sentir quanto à segurança da continuidade de trabalhar nesta empresa. Já com a menor porcentagem estão os que estão pouco seguros quanto a permanência na empresa, 2 pessoas.

Gráfico 9: Sentimento em relação à empresa



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores

No gráfico acima é demonstrado que 9 pessoas estão satisfeitas com a qualidade da empresa, já 8 pessoas estão satisfeitas com a qualidade do ambiente de trabalho oferecido. Sendo assim, podemos entender que apesar da empresa conseguir disponibilizar um ambiente

propício para a execução das tarefas, os funcionários precisam de atenção para que se sintam de fato parte da empresa, a necessidade vai além da ergonomia e de bons equipamentos, é preciso que haja suporte, que as pessoas sejam ouvidas. Outro ponto que se relaciona com o resultado apresentado no **Gráfico 2** (Razão de trabalhar na empresa) trata de como os colaboradores dessa equipe se percebem limitados quanto ao desenvolvimento profissional na função que estão exercendo, mesmo que muitos ainda trabalhem neste local devido as chances de crescer profissionalmente.

Os gráficos indicam a seguinte prospecção, de que a empresa em si, é uma empresa de grande qualidade, que oferece bons benefícios para seus colaboradores, é uma empresa de ambiente funcional e tranquilo, onde mesmo com suas exigências e falta de contato maior com seus colaboradores de rodovias, a praça em si possui um bom funcionamento, possui um operacional que atinge as expectativas de seus funcionários na maioria das vezes.

A praça exige muito de seus colaboradores, como por exemplo, tempo de atendimento, as praças mensalmente fazem um relatório geral de qual praça teve o melhor tempo médio de atendimento dentro do mês, isso requer muito de seus colaboradores que praticam essa atividade, considerada no começo de nossa pesquisa, um trabalho repetitivo e monótono. Pode parecer pouco mais esse um segundo que passamos nas cabines afetam demais os colaboradores, que passam tanto por experiências boas como ruins e ainda possui a postura de um profissional e cumpre com o dever que lhe é destinado. Mesmo com os relatos de experiências e cobranças internas, a empresa mantém seu ponto positivo dentre os funcionários que dentro dessa pesquisa deixaram claro a sua satisfação pelo ambiente em que atuam.

4. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo analisar os fatores que interferem na motivação segundo a percepção de colaboradores em um pedágio de uma rodovia concessionada. Mediante os resultados, pode-se analisar que a empresa possui um nível de satisfação de **43%**. A praça avaliada possui um clima organizacional funcional, com um índice de **48%**, mostrando que a política da empresa, departamento de RH e cultura, tem atendido as necessidades dos colaboradores a partir do momento em que estão na empresa.

No entanto, assim como a maioria das empresas, o reconhecimento e a comunicação ainda são fatores em evidência que sempre são questionados e abordados no ambiente de trabalho. Nesta pesquisa esses dois fatores representam **43%** dos colaboradores insatisfeitos com essa falha que, geralmente as empresas de médio ou de grande porte acabam adquirindo e afetando possivelmente o desenvolvimento dentro da empresa, perdendo talvez a vontade de crescer na mesma, na pesquisa aplicada apenas **29%** visam essa possível oportunidade. Em vista de altos e baixos que os gráficos nos mostram, **50%** dos colaboradores se sentem orgulhosos em trabalhar na empresa, ou seja, a organização atende as expectativas da metade dos colaboradores deste turno. Em se tratando da construção de carreira dentro da empresa, pode-se analisar que ela possui requisitos para qualificação de um funcionário interessado.

O gráfico também nos mostra que dentro da pesquisa realizada onde dos 21 funcionários pesquisados apenas **2** relataram o salário como principal razão por estar dentro dessa empresa, ou seja, as pessoas buscam sim satisfações pessoais dentro do seu espaço de trabalho, pois isso as motivam a continuar, motivam a crescer, a se interessar em se qualificar para obter chances de crescimento dentro da empresa, ou até mesmo para agregar valor pessoal.

Quando estão motivados, os colaboradores trabalham com mais prazer e afinco, têm melhor rendimento e, conseqüentemente, seus resultados também tendem a ser melhores. A motivação é o combustível que impulsiona os profissionais e colaboradores a se dedicar e dar

o seu melhor em suas tarefas diárias e atingir seus objetivos, melhorando seu rendimento e contribuindo para a conquista de resultados positivos para a empresa.

REFERÊNCIAS

- ARCHER.E.R. **O mito da motivação** in: Bergamini, C. Coda; R,(org).Psicodinâmica da vida organizacional- motivação e liderança.2ª ed. São Paulo, Atlas,1997
- BERGAMINI, Cecília Whitaker. Motivação: Uma viagem ao centro do conhecimento. *Revista GV executivo*, v. 1, n. 2, p. 63-67, nov. 2002/ jan 2003. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34822/33620>. Acesso em: 11 mar. 2019.
- CIRQUEIRA. Ana Paula Neves; MAROSTICA. Fabiana dos Santos Matos. **A motivação como importante ferramenta para trabalho em equipe**. [S.l.] 17 jun. 2015. Disponível em: <http://repositorio.iescfag.edu.br/index.php/arquivos-solidos/category/2-administracao?download=44:a-motivacao-como-importante-ferramenta-para-o-trabalho-em-equipe&start=40>. Acesso em: 24 abr. 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7ª ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CRUZ. Hélio Alves da; WILBERT. Alison. **Cultura e clima organizacional: uma análise na empresa novo trigo de balneário Camboriú/SC**. Publicado em: 2014. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/45120574.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2019
- FRANÇA. Ana Cristina Limongi; **Comportamento Organizacional: conceitos e práticas**.1ª ed. São Paulo, Saraiva,2006.
- GIL, Antônio Carlos. **Gestão de Pessoas**. 1ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.
- JUDGE. Timothy A; ROBBINS. Stephen P; SOBRAL. Felipe: **Comportamento Organizacional; teoria e prática no contexto brasileiro**. Tradução de: Rita de Cassia Gomes. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. Tradução de: *Organizational behavior*.
- LOPES, Gabriela Alvarenga Colmenero. **Motivação no Trabalho**. Curso de Pós-Graduação “Lato Sensu”, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2003, 45 p. Disponível em: <http://www.avm.edu.br/monopdf/23/GABRIELA%20ALVARENGA%20COLMENERO%20LOPES.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2019.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MOREIRA, Elen Gongora; **Clima organizacional**. [s.e]. Curitiba, IESDE Brasil S.A,2008
- ROBBINS, Stephen. **Comportamento Organizacional**. 11 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- SCHIEN.E.H. **Organizational culture and leader ship**. San Francisco; Jossey-Bass.1984
- SIQUEIRA. Wagner. **Teoria X e teoria Y**. Rio de Janeiro; [S.l], 2011. Disponível em: https://www.cra-rj.adm.br/publicacoes/acervo_digital/livretos/w4b/files/assets/basic-html/page9.html Acesso em: 10 abr. 2019.
- SOUZA, E. L. P. **Clima e cultura organizacionais: como se manifestam e como se manejam**. São Paulo: Edgard Blucher, 1978.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de pessoas**. 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.