

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FABRÍCIO CAITANO VERISSIMO

O QUE PENSAM OS MOTORISTAS CONVENIADOS SOBRE AS PLATAFORMAS DE  
MOBILIDADE URBANA? PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL NA CIDADE  
DE UBERLÂNDIA/MG

Uberlândia

2023

FABRÍCIO CAITANO VERISSIMO

O QUE PENSAM OS MOTORISTAS CONVENIADOS SOBRE AS PLATAFORMAS DE  
MOBILIDADE URBANA? PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL NA CIDADE  
DE UBERLÂNDIA/MG

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal de Uberlândia como  
requisito parcial para a obtenção do título de  
Bacharel em Administração.

Área de concentração:

Orientadora: Prof. Dra. Janaina Maria Bueno.

Uberlândia  
2023

FABRÍCIO CAITANO VERISSIMO

O QUE PENSAM OS MOTORISTAS CONVENIADOS SOBRE AS PLATAFORMAS DE  
MOBILIDADE URBANA? PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL NA CIDADE  
DE UBERLÂNDIA/MG

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal de Uberlândia como  
requisito parcial para a obtenção do título de  
Bacharel em Administração.

Área de concentração:

Uberlândia, 30 de outubro de 2023.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dra. Janaina Maria Bueno (FAGEN/UFU, presidente)

---

Prof. Dra. Andrea Costa Van Herk Vasconcelos (FAGEN/UFU, membro)

---

Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues (FAGEN/UFU, membro)

Dedico este trabalho aos meus familiares, pelo apoio incondicional em todos os momentos difíceis da minha trajetória acadêmica.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha sincera gratidão a Deus e todos aqueles que tornaram possível a realização deste sonho, em especial a Lei de cotas nº 12.711/2012, sou cotista com muito orgulho.

Primeiramente, gostaria de agradecer a Prof<sup>ª</sup>. Dra. Janaína Maria Bueno, minha orientadora, por sua orientação constante, paciência e apoio durante todo o processo de pesquisa e redação deste trabalho. Suas valiosas sugestões e percepções foram fundamentais para o desenvolvimento e conclusão deste projeto.

À minha família, especialmente meus pais Luzia Borges C. dos Santos e Geraldo Verissimo dos Santos, pelo amor incondicional, apoio emocional e incentivo ao longo de toda a minha jornada acadêmica. Sem vocês, literalmente nada disso teria sido possível.

Aos meus amigos e colegas de graduação, bastante gente, que em sua maioria representada pela Atlético Monetária e os DA's que passei durante esse período de graduação (DAGINF e DADM), por compartilharem experiências, conhecimento e momentos especiais durante este período.

Às instituições FAGEN - Faculdade de Gestão e Negócios e Universidade Federal de Uberlândia - UFU, por disponibilizarem recursos e acesso a bibliotecas, laboratórios e materiais que foram essenciais para a realização da pesquisa.

Aos participantes da pesquisa, meus amigos de aplicativo, cuja colaboração e disposição para compartilhar informações foram cruciais para o sucesso deste estudo.

Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para este projeto, mesmo que não estejam mencionados aqui. Seu apoio foi fundamental.

Este TCC não teria se concretizado sem a ajuda e o apoio dessas pessoas e instituições. Sou imensamente grato a todos vocês.

Muito obrigado.

“O limite é uma fronteira criada só pela mente.”

Racionais MC's

## RESUMO

As plataformas digitais têm sido um dos exemplos mais contundentes das transformações trazidas pela evolução digital tanto no aspecto econômico como no mundo do trabalho e cotidiano das sociedades. Estas mudanças causam impactos positivos e negativos, sendo a contribuição para a precarização do trabalho uma de suas facetas negativas. O presente trabalho aborda a percepção dos motoristas de plataforma digitais de mobilidade urbana que atuam na cidade de Uberlândia-MG, aplicando uma pesquisa sobre clima organizacional. A pesquisa teve abordagem qualitativa e segue as recomendações de Bispo (2006) para a aplicação de pesquisas similares, garantindo a confidencialidade dos participantes e a qualidade das respostas obtidas. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas semiestruturadas com 12 entrevistas no total, que foram gravadas e posteriormente transcritas para análise de resultados. Como resultados, observou-se uma similaridade com outros estudos (como de Guimarães e Gomes (2021)), porém, um fator de destaque foi a redução da visão de empreendedor (chefe ou “dono do próprio negócio”), quesito creditado a decadência dos benefícios oferecidos pelas plataformas. Sobre os fatores internos, destaca-se a atual divisão de classes entre os condutores como sendo uma forma de segregar os motoristas por meio de privilégios para os que atuam por mais horas diariamente e por mais tempo nas plataformas; os benefícios ofertados são vistos como insuficientes e entre os valores compartilhados a relação mútua de respeito é a mais valorizada. Acerca dos fatores externos, os motoristas gostariam de melhor remuneração; afirmam conseguir equilibrar seu trabalho com a vida social e tirar férias anuais devido à possibilidade de flexibilização de horário; e consideram sua saúde mental e física regulares.

**Palavras-chaves:** Clima Organizacionais; Cultura Organizacional; Motoristas de Aplicativos; Plataformas Digitais; Mobilidade Urbana.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Valores terminais e instrumentais na cultura da organização.....	3
Figura 2 - Resultados proporcionados por pesquisa em diversos níveis de clima organizacional.....	8
Figura 3 – Categoria, horas diárias trabalhadas (em média) e tempo de atuação.....	18



**LISTA DE QUADROS E TABELAS**

Quadro 1 - Tipos de Culturas Organizacionais .....	4
Quadro 2 - Principais fatores influentes no Clima Organizacional .....	7
Quadro 3 - Indicadores analisados pelo modelo de Litwin & Stringer de PCO.....	10
Quadro 4 – Mudanças presenciadas na plataforma .....	19

**LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Faixa Etária.....	15
Gráfico 2 – Nível de Escolaridade.....	16
Gráfico 3 – Tempo de atuação no aplicativo .....	17
Gráfico 4 - Satisfação em relação a remuneração .....	22
Gráfico 5 - Satisfação relativa ao suporte de atendimento .....	23
Gráfico 6 - Satisfação em relação a renda atual .....	25
Gráfico 7 - Satisfação com a remuneração considerando a compatibilidade entre esforços entregues e renda adquirida.....	26
Gráfico 8 - Comparação entre a satisfação em relação as informações acerca do trajeto, perfil dos passageiros e formas de pagamento .....	28
Gráfico 9 - Satisfação em relação ao cadastro e aceite de pessoa física e veículo .....	31
Gráfico 10 - Satisfação em relação às assistências prestadas pela plataforma.....	33
Gráfico 11 - Satisfação em relação a situação financeira, patrimônio e condição financeira familiar.....	34
Gráfico 12 - Vida Social.....	36
Gráfico 13 - Saúde Física e Mental .....	36

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>2</b>
2.1 Cultura Organizacional.....	2
2.2 Clima organizacional .....	6
2.3 Pesquisa de Clima Organizacional.....	8
2.3.1 Modelo De Pesquisa De Clima Organizacional De Litwin & Stringer .....	9
2.4 Plataformas digitais.....	11
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>12</b>
3.1 Classificação da pesquisa.....	12
3.2 Coleta de dados.....	13
<b>Capítulo 2 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS .....</b>	<b>15</b>
4.2.1 Perfil Dos Entrevistados.....	15
4.2.2 Fatores Internos.....	19
4.2.3 Fatores Externos .....	34
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>43</b>
<b>APÊNDICE A – Roteiro de entrevista .....</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O crescimento das plataformas digitais advém da atuação como suporte em empresas de economia tradicional através da digitalização dos processos e transações internas ou de empresas que nasceram digitais e entraram em mercados existentes para explorar novas oportunidades (VALLAS, SCHOR, 2020). Vianna, Vianna e Meneghetti (2021) destacam que os dados são uma fonte de riqueza e, geralmente, são explorados e capturados por empresas que participam do “ecossistema digital” que, posteriormente, negociam dados comportamentais em largas escala visando aproveitar um mercado existente ou confeccionar um futuro.

Neste cenário, as organizações legitimam seu poder em relação aos usuários e profissionais através de técnicas e regulamentos que geram alta exploração dos indivíduos e que proporcionam novos modelos organizacionais que permitem a mercantilização de todos os envolvidos (VIANNA; VIANNA; MENEGHETTI, 2021). Neste contexto, o presente trabalho tomou por base o estudo de Guimarães e Gomes (2021) que consiste em uma pesquisa realizada com motoristas vinculados ao aplicativo Uber que atuam na cidade de Brasília, com objetivo de examinar o clima organizacional do ambiente de trabalho oferecido pelas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana e o grau de satisfação (e sentimentos vinculados à profissão e à empresa) dos motoristas conveniados ao aplicativo, considerando a visão dos próprios.

Neste estudo, o objetivo é analisar o trabalho de condutores conveniados às plataformas digitais de mobilidade urbana que atuam na cidade de Uberlândia/MG e suas percepções sobre as condições de trabalho, grau de satisfação e expectativas. A justificativa do trabalho reside na importância dos elementos organizacionais e da tecnologia nas relações de trabalho, assim como, na sociedade como um todo. Além de ser um tema relevante e atual, trabalhos que tratam especificamente do clima organizacional de plataformas de mobilidade urbana são escassos, constituindo assim um tópico pertinente a ser tratado.

Como relata Moreira (2008), todas as organizações possuem em sua composição indivíduos cujos valores, crenças e perfis comportamentais são distintos, sendo assim, é válido analisar as visões destes profissionais e como ocorrem as interações entre tais, bem como compreender o clima organizacional em que estão inseridos e propor melhorias.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos, que abordam a introdução, o referencial teórico sobre cultura e clima organizacional, os procedimentos metodológicos, a apresentação e análise dos resultados, e as conclusões finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta seção será apresentada a literatura que fornece embasamento para construção das discussões e desdobramentos que serão tratados no trabalho. Compõem o referencial teórico os seguintes capítulos: Cultura Organizacional; Clima Organizacional e Pesquisa de Clima Organizacional.

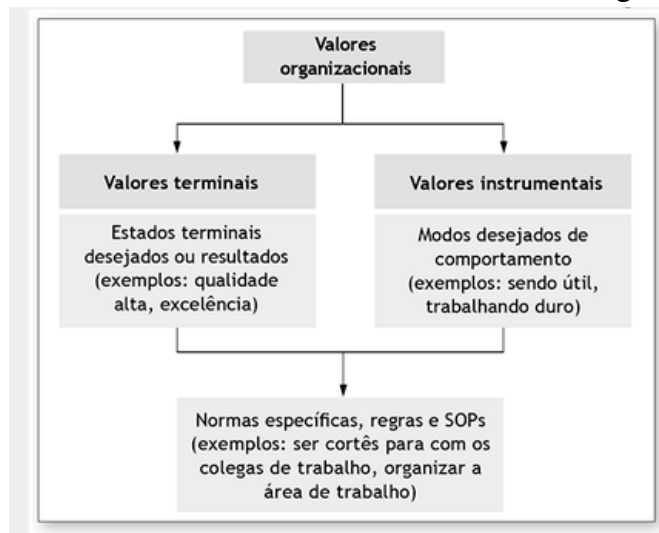
### **2.1 Cultura Organizacional**

Segundo Robbins, Judge e Sobral (2010, p. 501), define-se que “a cultura organizacional se refere a um sistema de valores compartilhados pelos membros de uma organização que a diferencia das demais”. Outro conceito sobre cultura organizacional, segundo Jones (2010, p. 26 e 27), é “o conjunto de valores compartilhados e normas que controla as interações de membros da organização entre si, com fornecedores, consumidores e outras pessoas de fora dela”.

Conforme Robbins (2005, p.378), “a cultura é a argamassa social que ajuda a manter a organização coesa, fornecendo padrões adequados para aquilo que os funcionários vão fazer ou dizer”. Por consistir em um sistema de significados adotados pelos indivíduos, os elementos culturais podem influenciar significativamente na maneira que os indivíduos se vinculam às organizações e nos aspectos culturais organizacionais desenvolvidos a partir das interações ocorridas (UNGARI; RODRIGUES, 2020).

Para Jones (2010), o desenvolvimento e modelagem da cultura organizacional fica sob responsabilidade dos trabalhadores, do código interno de ética da organização, conforme as leis e direitos trabalhistas e pela estrutura hierárquica, departamental e organizacional da empresa influenciando e controlando os comportamentos, reações e percepções do ambiente organizacional, sendo baseada em valores duradouros denominados terminais e instrumentais. A Figura 1, disponível abaixo, mostra a síntese dos valores terminais e instrumentais, em consonância a definição dos dois tipos de valores determinados por Jones (2010).

Figura 1 - Valores terminais e instrumentais na cultura da organização



Fonte: Adaptado de Jones (2010, p. 168).

Para Jones e George (2012) o valor terminal reúne convicções pessoais acerca dos objetivos almejados, ou seja, se relaciona com as metas estipuladas para toda uma vida, enquanto o valor instrumental representa condutas ideais. Tais convicções são formadas a partir de crenças que estimulam atitudes e guiam decisões, através do compartilhamento de tais crenças e valores entre os constituintes do ambiente de trabalho é moldada a cultura organizacional, perspectivas de carreira, percepções da organização e níveis de participação e dedicação que o indivíduo deve desempenhar (ABRAHIM, 2008).

Assim sendo, tal sistema de valores determinam princípios que orientam a vida de um indivíduo, bem como normas de atuação relevantes para os membros de uma organização ou grupo (JONES; GEORGE, 2012). De acordo com Robbins, Judge e Sobral (2010, p. 501) há particularidades que determinam a essência relativa à cultura das organizações, em íntegra são estas:

- a. Inovação: é a capacidade de se estimular o pensamento criativo e inovador dos empregados;
- b. Atenção aos detalhes: é a espera pela demonstração do pensamento analítico e a observação a detalhes por parte dos empregados;
- c. Orientação para os resultados: é as diretrizes tomadas pela gestão para garantir o foco no resultado não se atentando a métodos e etapas a serem empenhadas para a obtenção de maior produtividade;
- d. Foco na pessoa: é o método de tomada de decisões em que a gestão considera os impactos causados sobre os profissionais pertencentes a organização.

- e. Foco na equipe: é a organização das atividades laborais com foco voltado em sua grande parte para as equipes que para a individualidade;
- f. Agressividade: é o comportamento competitivo e agressivo dos empregados no ambiente de trabalho sendo controverso à atitudes calmas;
- g. Estabilidade: é se manter estável em suas atividades como organização sem correr riscos e aumento de produtividade mantendo o status atual.

Para Robbins (2005) a cultura organizacional exerce a função de delimitar, ou seja, diferenciar as organizações das demais, logo esta representa a personalidade dos profissionais da organização, cria metas organizacionais, gera o comprometimento coletivo para serem alcançadas e por fim estimula um ambiente sociável e estável na empresa.

De acordo com Olbrzymek (2017) os tipos de cultura organizacional encontrados nas empresas são: as culturas burocráticas, dos clãs, empreendedora e de mercado, conforme descrito no Quadro 1.

Quadro 1 - Tipos de Culturas Organizacionais

<b>Tipo de Cultura</b>	<b>Principais características</b>
Cultura Burocrática	A organização prioriza regras, procedimentos, hierarquia e suas decisões são tomadas de forma centralizada, sendo aplicada a órgãos públicos, militares.
Cultura de clãs	A socialização entre os membros da organização com colaboração mútua, todas conquistas são celebradas por todos e esta exerce influência na atitude e produtividade do time.
Cultura empreendedora	O espírito de inovação, pensamentos criativos e correr riscos fazem parte desta cultura, onde os colaboradores compreendem que mudanças dinâmicas e empreendedorismo individual são padrões da organização que através de qualificação constante são incentivados a tais atitudes.
Cultura de mercado	Seu foco é crescimento de resultados, expansão de mercado, lucrar e se manter financeiramente estável, logo os colaboradores são apenas contratados e não há espírito de trabalho em equipe.

Fonte: Adaptado de Olbrzymek (2017, p. 76 e 77).

O Quadro 1 apresenta uma forma de classificar diferentes tipos de culturas organizacionais comumente encontradas em diferentes tipos de organizações. Entende-se que há outras classificações e formas de tipificar a cultura organizacional com intuito de compreender seus diferentes aspectos e dimensões.

Schein (1992) propõe três níveis para classificar a cultura organizacional, sendo tais: artefatos (processos e estruturas organizacionais visíveis, comportamentos observáveis), valores (objetivos, ideais, aspirações, filosofias) e pressupostos (pensamentos, crenças, percepções, sentimentos). Ademais, Schein (1992, p. 25) afirma que é delicadamente perigoso inferir suposições a partir dos elementos contidos nos artefatos porque os comportamentos,

processos e estruturas observáveis são inevitavelmente produtos dos próprios sentimentos, suposições e formações daqueles que observam.

A tipologia proposta por Handy (1980) envolve categorias culturais representadas por deuses gregos (Zeus, Apolo, Atena e Dionísio) e intenta através destas representar padrões de comportamento. Para Russo et al. (2012) a associação entre tipos de culturas e deuses gregos visa demonstrar que a administração se relaciona à um processo político (em consonância à tradição e cultura do lugar) e inovador, constituindo uma ciência social e não exata, não havendo, portanto, cultura corretas ou incorretas, mas sim culturas adequadas ou não dados os objetivos profissionais dos colaboradores.

Enquanto Zeus representa a cultura de poder, corriqueiramente observada em empresas tradicionais, centralizadas e burocráticas (geralmente dependentes de um “Zeus” que dirige a organização em direcionamento às suas preferências pessoais), a classificação Atena é voltada para a cultura de tarefas, construindo um paralelo em oposição a Zeus, este tipo prioriza a eficácia, concedendo autonomia aos colaboradores e valorizando os resultados (HANDY, 1980).

A relação que Handy procura estabelecer é evidente: Zeus representa uma figura masculina, patriarcal e dominante, a qual recompensa por afinidade, já Atena visualiza a vitória a partir da participação e execução de tarefas individuais de todos, sem alta necessidade de controle, porém cobrando firmemente resultados (RUSSO et al., 2012). Ainda, na definição de Handy (1980) a cultura dos papéis, representada por Apolo, foca na eficiência e nas funcionalidades constituindo um ambiente ordeiro, seguro, bem definido e, portanto, previsível, por fim, a cultura de existencial é retratada a partir da figura de Dionísio com intuito de exaltar as preferências, metas e valores pessoais, sendo caracterizada pela busca e recompensa individual.

Como cada organização possui características que lhe aproximam em maior grau de uma determinada cultura, deve-se adotar estratégias organizacionais, prover estruturas e realizar procedimentos que ofereçam condições adequadas para seu desenvolvimento (RUSSO et al., 2012). Smircich (1983) estabelece uma concepção de organização-cultura apresentada esquematicamente onde a cultura é tratada de duas formas: como uma variável independente e como uma dependente. A autora supracitada esclarece que a cultura é tratada como variável independente quando acredita que sua presença é revelada a partir de atitudes e comportamentos dos colaboradores individuais, ao passo que o padrão de comportamentos dos membros da organização determina sua agenda.



Ao ser tratada como dependente, a cultura assume o papel de produtora de cultura, nesta faceta, Smircich (1983, p. 344) afirma que “as organizações são vistas como instrumentos sociais que produzem bens e serviços, mas como subproduto também produzem rituais, lendas, cerimônias e tabus”. Neste contexto, a organização é um fenômeno produtor de qualidade socioculturais, sendo que tais são desenvolvidas em seu âmbito (SMIRCICH, 1993).

Na ótica de Fleury (1987) a primeira linha de cultura citada considera a cultura uma variável independente externa à organização, enquanto a segunda é definida como interna e capaz de produzir por conta própria símbolos, ritos e lendas. Machado (2013) explica que elementos como ritos, simbologias, valores, crenças, pressupostos, cerimônias, tabus, normas, rituais e artefatos formam a estrutura sob a qual a cultura se apoia, desta forma, tais constituem um meio para incentivar a interação entre os indivíduos.

Os valores representam o que é relevante para alcançar o sucesso, os pressupostos e crenças definem as verdades da empresa, ritos, cerimônias e rituais se relacionam com reuniões, festas, treinamentos, os tabus são elementos a se evitar, os heróis são caminhos ou personalidades a serem seguidas e, por fim, a simbologia e artefatos representam formas de transmitir demais elementos culturais (MACHADO, 2013).

No próximo capítulo é apresentada a literatura relacionada ao clima organizacional, incluindo conceitos e discussões acerca do assunto.

## **2.2 Clima organizacional**

Mediante estudos conduzidos por Robbins, Judge e Sobral (2010, p. 505), pode-se conceituar que “o clima organizacional se refere às percepções comuns que os funcionários de uma organização têm com relação à empresa e ao ambiente de trabalho”. Segundo Luz (2001) o estudo do clima organizacional é de suma importância para as organizações devido a sua natureza de colaborativa e presente, sendo assim fica evidente o interesse elevado por tal, pois o modelo que é aplicado as organizações em sua grande maioria é o racional-burocrático.

Conforme Dias (2011) há três fatores que mais se destacam influenciando para a constituição do clima organizacional sendo estes: a satisfação e a percepção dos empregados e também a cultura organizacional. A satisfação representa a correlação entre o clima organizacional e a satisfação dos que prestam serviços a organização; a percepção diz respeito a como os empregados percebem a empresa seja positiva ou negativamente, sendo que de forma positiva o clima organizacional terá tendências boas e se for negativo será considerado ruim; e a cultura organizacional que é um elemento que influencia diretamente no clima organizacional.

Silva et al. (2018) buscam apresentar uma relação ente a cultura organizacional (como preditora de comportamento) e a satisfação, arcabouço no qual a satisfação atua como mediadora da cultura, onde espera-se que a cultura proporcione aumento significativo do comprometimento através do aumento da satisfação.

Nesse cenário onde a satisfação exerce relevante papel no comprometimento e influencia positivamente a cultura, culturas voltadas para valorização do indivíduo tendem a aumentar a satisfação e o comprometimento, além de a promoverem a visão de clima organizacional saudável, produtivo e agradável (SILVA ET AL., 2018). O Quadro 2 apresenta alguns fatores que influenciam o clima organizacional independentemente da organização e do ramo de atuação.

Quadro 2 - Principais fatores influentes no Clima Organizacional

<b>Fatores que geram um bom Clima Organizacional</b>	<b>Fatores que geram um Clima Organizacional ruim</b>
Compartilhamento de valores;	Valores diferenciados e não tratados;
Motivação e identidade do time;	Ausência de identificação ao local de trabalho;
Trabalho em equipe para desempenho das atividades;	Falta de orgulho de pertencer ao time de colaboradores;
Comemorar cada conquista em equipe;	Críticas negativas;
Inclusão de todo a equipe de colaboradores.	Exclusão de colaboradores.

Fonte: Adaptado de Dias (2011, p.152).

Johann (2007) argumenta que o compartilhamento de valores, crenças, ideias, regras, costumes e tabus é um facilitador para adaptação do indivíduo ao meio, ainda, tal compartilhamento pode incentivar na criação ou modificação da cultura da organização.

Em relação à motivação e identidade do time, Lacombe (2005) afirma que o clima organizacional reflete, entre outros elementos, a satisfação dos colaboradores com o ambiente construído, tal satisfação tende a aumentar quando ocorre identificação com a empresa e demais colaboradores, estando a identificação diretamente ligada com a motivação e integração da equipe. Ainda, em relação ao trabalho em equipe e motivação, quando a motivação é baixa ocorre insatisfação, tal acrescenta o desinteresse e pode se traduzir em frustração, reduzindo a colaboração e tendo efeito oposto do citado acima (LACOMBE, 2005).

Conforme Moreira (2008, p.19), pode-se afirmar que “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 um clima organizacional que satisfaça às necessidades dos membros da organização.”

## 2.3 Pesquisa de Clima Organizacional

Conforme descreve Moreira (2008, p. 34), define-se que “a pesquisa de clima organizacional pode ser compreendida como uma ferramenta de diagnóstico que gera uma base de dados para a tomada de decisões na área de gestão de pessoas, pode-se dizer que a pesquisa de clima é uma ferramenta fundamental na elaboração do diagnóstico organizacional, pois ajuda a entender melhor a dinâmica organizacional.” Segundo Bispo (2006, p. 259), “a pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta objetiva e segura, isenta de comprometimento com a situação atual, em busca de problemas reais na gestão dos Recursos Humanos”

A Figura 2 apresenta resultados obtidos sobre situações no ambiente de trabalho e vida pessoal segundo estudos de clima organizacional aplicados pelo setor de recursos humanos.

Figura 2 - Resultados proporcionados por pesquisa em diversos níveis de clima organizacional

CLIMA ORGANIZACIONAL		
desfavorável	mais ou menos	favorável
⇨ frustração,	⇨ indiferença,	⇨ satisfação,
⇨ desmotivação,	⇨ apatia,	⇨ motivação,
⇨ falta de integração empresa/funcionários,	⇨ baixa integração empresa/funcionários,	⇨ alta integração empresa/funcionários,
⇨ falta de credibilidade mútua empresa/funcionários,	⇨ baixa credibilidade mútua empresa/funcionários,	⇨ alta credibilidade mútua empresa/funcionários,
⇨ falta de retenção de talentos,	⇨ baixa retenção de talentos,	⇨ alta retenção de talentos,
⇨ improdutividade,	⇨ baixa produtividade,	⇨ alta produtividade,
⇨ pouca adaptação às mudanças,	⇨ média adaptação às mudanças,	⇨ maior adaptação às mudanças,
⇨ alta rotatividade,	⇨ média rotatividade,	⇨ baixa rotatividade,
⇨ alta abstenção,	⇨ média abstenção,	⇨ baixa abstenção,
⇨ pouca dedicação,	⇨ média dedicação,	⇨ alta dedicação,
⇨ baixo comprometimento com a qualidade,	⇨ médio comprometimento com a qualidade,	⇨ alto comprometimento com a qualidade,
⇨ clientes insatisfeitos,	⇨ clientes indiferentes,	⇨ clientes satisfeitos,
⇨ pouco aproveitamento nos treinamentos,	⇨ médio aproveitamento nos treinamentos,	⇨ maior aproveitamento nos treinamentos,
⇨ falta de envolvimento com os negócios,	⇨ baixo envolvimento com os negócios,	⇨ alto envolvimento com os negócios,
⇨ crescimento das doenças psicossomáticas,	⇨ algumas doenças psicossomáticas,	⇨ raras doenças psicossomáticas,
⇨ insucesso nos negócios.	⇨ estagnação nos negócios.	⇨ sucesso nos negócios.

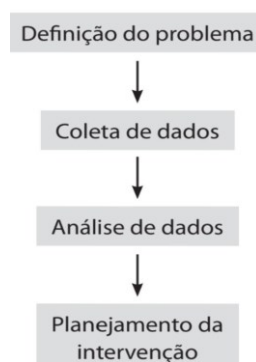
Fonte: Adaptado de Bispo (2006, p. 259).

Segundo estudo de Bispo (2006), ao se analisar, diagnosticar e propor sugestões mediante os dados disponibilizados por meio da pesquisa de clima organizacional são de grande importância para o sucesso no desempenho das políticas de melhoria na qualidade, conduz ao aumento de produtividade e políticas internas.

Para Luz (2001, p. 49 e 50), pode se considerar que “o trabalho é uma atividade que consome grande parte da vida das pessoas, trabalha-se quase que na totalidade, nas organizações e para as organizações, sendo assim, é preciso desenvolver ambientes de trabalho que sejam tão bons para as pessoas como para a saúde econômica da organização”.

Segundo Moreira (2008), o processo de pesquisa do ambiente organizacional, há similaridades devido aos profissionais estarem constantemente se questionando e este se faz necessário à sua solução por meio de pesquisa e estas são variáveis conforme o que fora perguntado e a forma da efetivação desta como um questionário sendo a diferença é a forma de divulgação e contingências de controle do comportamento de quem desempenha a pesquisa junto a quem oferece este serviço. Ainda conforme Moreira (2008), para que se realize a pesquisa sobre o Clima Organizacional das organizações deve-se acompanhar os seguintes passos: definição do problema a ser investigado; análise; alternativas de solução do problema e planejamento estratégico”. A Figura 3 representa as etapas do processo de pesquisa de clima organizacional de forma simplificada para o melhor entendimento destas.

Fluxo Simplificado do Processo de Pesquisa de Clima Organizacional



Fonte: Adaptado de Moreira (2008, p. 34).

Conforme Bispo (2006), “é por meio da pesquisa de clima organizacional que é possível se medir o nível de relacionamento entre os funcionários e a empresa”.

### *2.3.1 Modelo De Pesquisa De Clima Organizacional De Litwin & Stringer*

Segundo Bispo (2006) e Moreira (2008), este modelo de pesquisa de clima organizacional abrange um questionário composto por 50 afirmações sobre a empresa a ser estudada onde se analisa nove dimensões, indicadores ou fatores dentro das organizações.

Quadro 3 - Indicadores analisados pelo modelo de Litwin &amp; Stringer de PCO

<b>Indicador</b>	<b>Funcionalidade na PCO</b>
Estrutura	Refere-se a como colaborador se sente mediante a imposição de regras e procedimentos da organização;
Responsabilidade	Trata-se do colaborador sentir que possui autonomia para tomadas de decisões no ambiente de trabalho e a sua independência para desempenhar suas atividades;
Desafio	É sentir que há riscos na tomada de decisões sobre as atividades desempenhadas;
Recompensa	É o sentimento de ser reconhecido por suas atividades realizadas com êxito sem punições, somente aspectos positivos;
Relacionamento	Trata-se do bom convívio entre os colaboradores e o auxílio entre eles;
Cooperação	Refere-se de ser colaborativo e auxiliar a todos indiferente do cargo que ocupe;
Conflito	Retrata o sentimento que a gestão não é temerosa sobre outras opiniões sendo discrepantes ou não, e está é aplicada para resolução de conflitos;
Identidade	Trata-se do sentimento de pertencer a organização como uma das peças chaves, compartilhando conhecimento e experiências;
Padrões	É o nível que a organização dispõe suas regras e procedimentos.

Fonte: Adaptado pelo autor a partir de Bispo (2006) e Moreira (2008).

A partir de estudos anteriores, Litwin e Stringer (1968) aproveitaram de conceitos e indicadores utilizados na Psicologia para avaliara satisfação e desempenho em três organizações estadunidenses diferentes, como resultados obtiveram avaliações bem diferentes em cada uma das empresas escolhidas.

De acordo com Bispo (2006) os nove indicadores propostos por Litwin e Stringer (1968) foram os primeiros a serem testados em grandes organizações, por escolherem empresas com diferentes políticas de recursos humanos, diferentes climas organizacionais foram detectados.

O modelo proposto por Bispo (2006) é fruto de uma comparação e posterior síntese dos modelos considerados pelo autor como primordiais (LITWIN; STRINGER, 1968; KOLB et al., 1986; SBRAGIA, 1983) e considera fatores internos — Ambiente de trabalho; Assistência aos funcionários; Burocracia; Cultura organizacional; Estrutura Organizacional; Nível Sociocultural; Incentivos profissionais; Remuneração; Segurança profissional; Transporte casa/trabalho; Vida profissional — e fatores externos — Convivência familiar; Férias e lazer; Investimentos e despesas familiares; Política e Economia; Saúde; Segurança pública; Situação Financeira; Time de futebol; Vida Social. Enquanto os fatores internos se originam e dependem diretamente da empresa, os fatores externos têm origem fora do âmbito da organização, porém exercem influência direta nas decisões, comportamentos e atitudes dos indivíduos (BISPO, 2006).

Para avaliar o clima organizacional da Uber em Brasília-DF, Guimarães e Gomes (2020) optaram pelo modelo de Bispo (2006) justamente pela abrangência de tal, sendo ideal para aplicar em um clima organizacional tão distinto dos demais. A pesquisa de Guimarães e Gomes (2020) totalizou 67 entrevistas semiestruturadas com duração média de 12 minutos abrangendo

condutores de Brasília, havendo o levantamento de dados sido realizado no período de aproximadamente quatro meses.

Os resultados demonstraram que os(as) motoristas sentem orgulhosos em participar da Uber 79,1% (tal satisfação está aparentemente relacionada à percepção de empreendedorismo), porém não gostariam que seus filhos trabalhassem para a empresa; os condutores se preocupam com o futuro de suas famílias (95,52%) e com o futuro dos filhos (89,55%) o que demonstra atenção com o futuro familiar (e explica em partes o fato de que não gostariam que seus filhos trabalhassem na Uber); os colaboradores estão satisfeitos em relação ao cumprimento de necessidades essenciais, porém se mostram insatisfeitos com a alimentação; a convivência familiar não é afetada negativamente pelo trabalho exercido; e por fim, apesar de haver preocupação moderada com a saúde física, tal não se repete na saúde mental (GUIMARÃES; GOMES, 2020).

## 2.4 Plataformas digitais

As plataformas digitais de mobilidade urbana têm se tornado um campo de estudo e análise significativo no contexto da economia compartilhada e da transformação da mobilidade nas cidades. Essas plataformas conectam motoristas independentes aos passageiros por meio de aplicativos, permitindo que os motoristas ofereçam serviços de transporte sob demanda.

As plataformas de mobilidade urbana, têm um modelo de negócio baseado na uberização do trabalho. Este termo tem sido utilizado como referência ao pioneirismo da empresa Uber com seu modelo de negócio e organização do trabalho, ela desenvolveu uma plataforma digital que é disponibilizada para *smartphones* conectando usuários que demandam por deslocamento aos motoristas prestadores deste serviço (FRANCO; FERRAZ, 2019).

Conforme Vaclavik, Oltramari e Oliveira (2021), os motoristas são considerados autônomos e não têm vínculo direto com as organizações, trabalhando de forma individualizada e flexível. Essas plataformas funcionam como intermediárias entre os motoristas e os passageiros (KOVÁCS, 2016), fornecendo uma interface digital para a solicitação e o pagamento dos serviços. Os motoristas têm autonomia para decidir quando e como trabalhar, e os passageiros têm acesso a um serviço de transporte conveniente e acessível.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão descritos os métodos aplicados para o desenvolvimento do estudo de caso proposto pela presente pesquisa. Assim sendo, esta seção se divide em: classificação da pesquisa e coleta de dados.

#### 3.1 Classificação da pesquisa

As pesquisas científicas devem ocorrer através de um processo sistemático e racional através de métodos, técnicas, comprovações de hipóteses e buscando explicar a realidade por intermédio de processos científicos (GIL et al., 2002; MARCONI; LAKATOS, 2008). Para classificação de uma pesquisa científica, Gil et al. (2002) recomenda analisar o objetivo geral e a partir de tal deliberar quais procedimentos conseguem melhor descrever os fenômenos avaliados. Desta forma, visando descrever em maior grau de profundidade uma população específica condicionada a uma situação empregatícia específica, a presente pesquisa se classifica como qualitativa descritiva.

A pesquisa qualitativa objetiva descrever, compreender, avaliar, classificar e analisar processos relacionados a grupos ou experiências sociais, exigindo maior profundidade para compreensão de interações e particularidades sociais (RICHARDSON, 1985). A pesquisa qualitativa é geralmente associada às ciências sociais por ser capaz de analisar em amplo detalhamento variáveis difíceis de quantificar: atitudes, sentimentos, hábitos, tendências e demais particularidades (GIL et al., 2002).

Acerca da pesquisa descritiva, Gil et al. (2002) detalha que as visam a descrição de características de um determinado fenômeno ou população, levantando variáveis que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fatores ou fenômenos observados. Assim sendo, a presente pesquisa se classifica com qualitativa descritiva ao passo que busca analisar em profundidade e compreender motivações, sentimentos, insatisfações e opiniões dos condutores de empresa que oferece plataforma de mobilidade urbana acerca da empresa e se qualifica como quantitativa ao passo que delimita seu campo de estudo aos condutores atuantes na cidade de Uberlândia-MG.

Como procedimento foi escolhido o estudo de caso para análise das questões levantadas. Yin (2001) recomenda o estudo de caso para pesquisas que visem entender causas e responder questões que incluem “como” e “porque”, ou seja, quando se intenta analisar em profundidade

um fenômeno ou variável. Desta forma, este procedimento de pesquisa se adequa perfeitamente aos objetivos almejados e por tal motivo foi escolhido.

Para coleta das informações almejadas, foi desenvolvido um roteiro de entrevistas semiestruturado. Duarte (2004) afirma que as entrevistas constituem um meio valioso para rastrear valores, práticas, comportamentos e mapear universos. Manzini (2004) define as entrevistas semiestruturadas como entrevistas semiabertas, ou seja, aceitam ponderações e desvios, mas possuem um roteiro a ser seguidos.

Para realizar uma boa entrevista, Duarte (2004) sugere o cumprimento dos seguintes requisitos: pesquisa com objetivos claramente definidos; conhecimento em profundidade do contexto inserido; roteiro de entrevista testado previamente; segurança e autoconfiança durante a entrevista e informalidade sem esquecer os objetivos almejados.

### **3.2 Coleta de dados**

A coleta de dados ocorreu em duas fases através de dois roteiros de entrevistas semiestruturadas que serviram de guia para a condução das entrevistas. A coleta de dados para a primeira fase, a fase pré-teste, ocorreu em fevereiro de 2023, enquanto a coleta de dados utilizando o roteiro de entrevistas ajustado ocorreu em maio de 2023.

A aplicação de um pré-teste foi bastante útil para tornar todo o processo de entrevistas mais fluido, objetivo e claro. Durante a fase pré-teste foram realizadas duas entrevistas, em ambas ficou evidente a carência de: i) esclarecer questões acerca de cultura organizacional, valores e crenças (apesar da existência de uma introdução no início de cada seção do roteiro, como recomendado por Bispo (2006), ambos os entrevistados demonstraram dificuldades em compreender a natureza e objetivo das perguntas, evidenciando em suas respostas a necessidade de refazer as questões); ii) evidenciar situações através de exemplos (após a citação de exemplos, os entrevistados abandonavam a postura tímida e demonstravam mais confiança para defender argumentos e apresentar propostas); iii) construir uma escala para todas as perguntas que envolviam satisfação; iv) saber qual a categoria do motorista, podendo ser da ordem da melhor para pior: A, B, C e D, pois tal permite uma análise mais aprofundada abrangendo quesitos característicos de cada categoria).

Assim sendo, foram realizados ajustes para contemplar as carências observadas no roteiro pré-teste, sendo posteriormente aplicado o roteiro definitivo com tais ajustes. As entrevistas com o roteiro definitivo foram realizadas dentro do ambiente de trabalho do condutor, seu veículo, buscando a partir de tal observar condições e fenômenos que não



poderiam ser observados em outras situações. A observação é um recurso do estudo de caso e será utilizada nesta pesquisa de forma direta, a qual de acordo com Yin (2001) é aquela que relata acontecimentos e revelam contextos do local ou situação em tempo real, para tanto o observador deve realizar seletividade de acontecimentos e neste tipo de observação ele não participa dos eventos estudados.

Ademais, dada a experiência adquirida por Bispo (2006) com a aplicação de pesquisas similares, o autor faz as seguintes recomendações válidas para a presente pesquisa: se atentar para que os entrevistados se sintam à vontade para responder as perguntas, redigir uma ficha ou parágrafos de introdução explicando a natureza das perguntas de cada seção, aplicação de um pré-teste e explicitar a não necessidade de identificação dos participantes. Todas estas recomendações foram seguidas no presente trabalho.

Os entrevistados foram escolhidos de acordo com a disponibilidade e através de contato prévio. As entrevistas foram gravadas e duraram, em média, 20 minutos, e foram posteriormente transcritas para a etapa de análise de resultados. Assim sendo, os registros gravados juntamente com as observações anotadas foram encadeados de forma sistematizada para categorização, comparação e refutação (ou não) das informações encontradas (BISPO, 2006; YIN, 2006). Ao todo a pesquisa somou doze entrevistas, sendo duas realizadas durante a fase de pré-teste e as demais na aplicação do questionário definitivo.

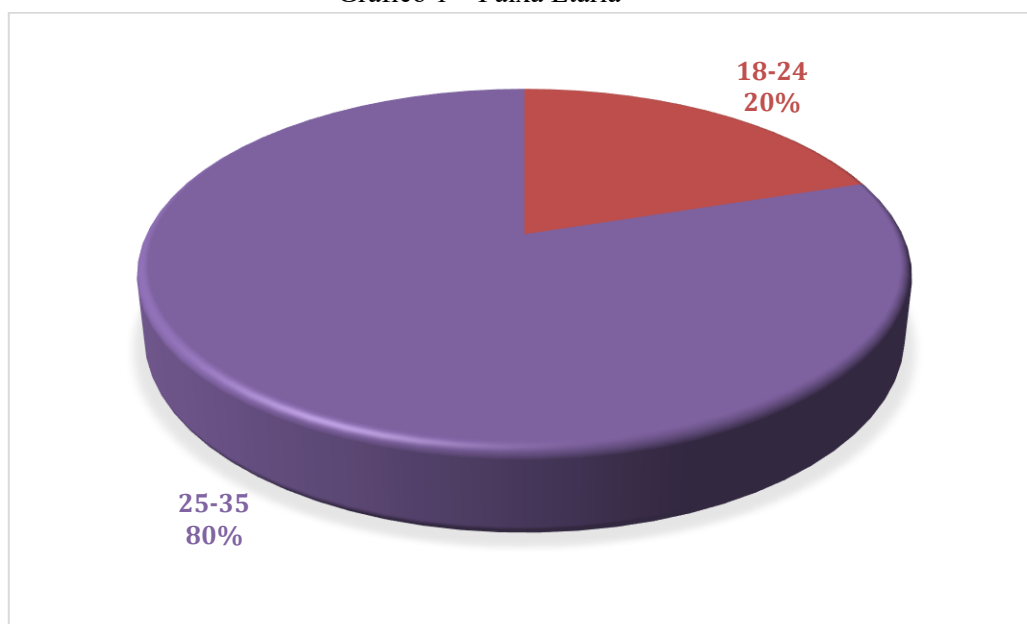
## Capítulo 2 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos a partir das entrevistas, sendo que a descrição e análise das questões presentes no roteiro de entrevistas vão acompanhar a própria ordem de seções e perguntas do roteiro, disponível no Apêndice A. Foram entrevistados dez motoristas da plataforma, sendo identificados através de letras do alfabeto para preservar sua identidade (A até J) e representados como, à guisa de exemplo, Motorista A ou apenas (MA).

### 4.2.1 Perfil Dos Entrevistados

Iniciando pelas informações acerca do perfil dos respondentes, a maioria (80%) dos motoristas pertencem a faixa etária que compreende 25 aos 35 anos de idade, os outros (20%) são pertencentes a faixa etária dos 18 aos 24 anos. O Gráfico 1, disponível abaixo apresenta os dados acerca da faixa etária.

Gráfico 1 – Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelo autor.

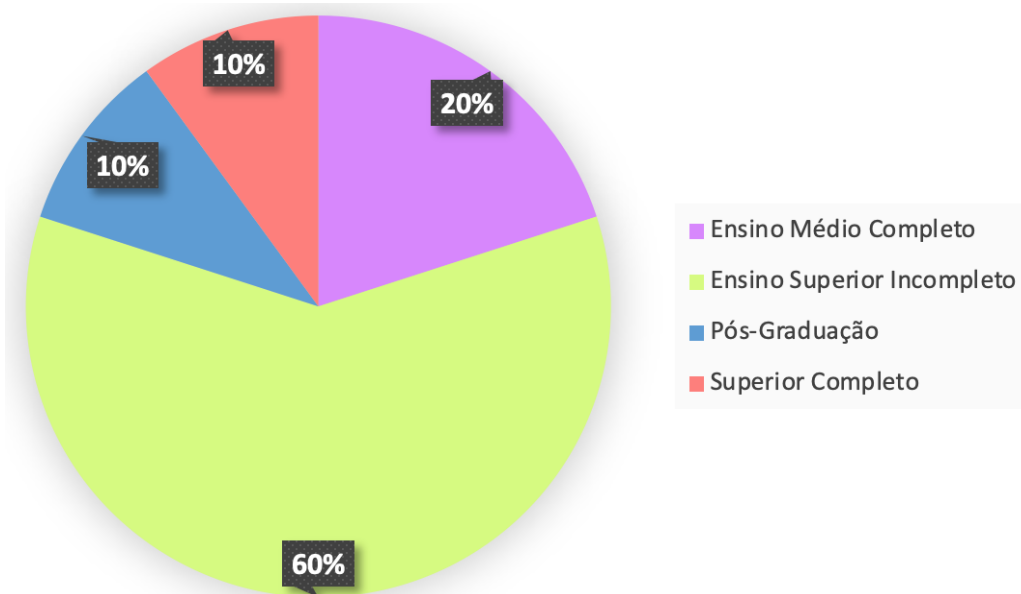
Considerando que nenhum condutor ultrapassou os 35 anos, observa-se a predominância de jovens na amostra adotada, evidência que colabora com o estudo de Bessa (2021), onde 65% de sua amostra correspondia a respondentes de 25 aos 42 anos. Ainda, de toda a amostra, apenas dois entrevistados se declararam casados.

Acerca do gênero, todos os entrevistados se identificam com o gênero masculino, em estudos anteriores que determinaram o perfil dos motoristas de empresas que oferecem

plataforma de mobilidade urbana, tal prevalência também foi constatada nos trabalhos de Bessa (2021), Silva (2018) e Siqueira et al. (2019).

Acerca da escolaridade, o Gráfico 2, disponível abaixo, apresenta as porcentagens conforme grau de educação formal.

Gráfico 2 – Nível de Escolaridade

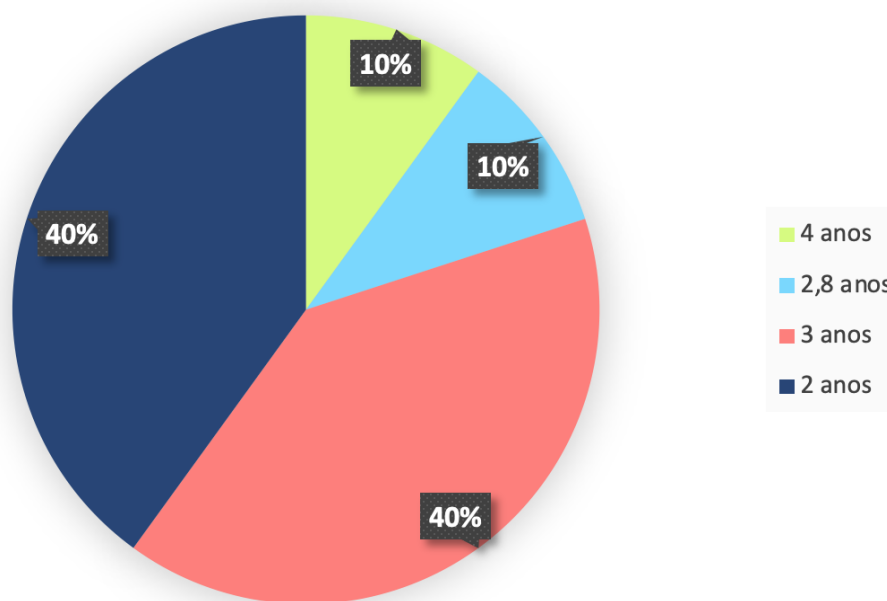


Fonte: Elaborado pelo autor.

As estatísticas encontradas acerca da escolaridade são condizentes com outros estudos, como Bessa (2021) e Silva (2018) demonstrando que os perfis dos motoristas de empresas que oferecem plataforma de mobilidade urbana, possuem geralmente ensino médio completo ou superior incompleto. Quando questionados se o grau de escolaridade auxilia no exercício de suas funções no aplicativo, todos os entrevistados afirmaram que auxilia, os argumentos mais citados a respeito foram que com os conhecimentos obtidos era possível comunicar melhor com os clientes, utilizar de forma correta os recursos do aplicativo, compreender regras de trânsito, gerir melhor o próprio tempo e tomar decisões mais assertivas.

Sobre produtividade, os motoristas parceiros foram questionados há cerca de quantos anos trabalham na plataforma, quantos dias por semana, ativos por quantas horas. O Gráfico 3 apresenta informações sobre o tempo atuante na plataforma, enquanto o Gráfico 4 demonstra as horas trabalhadas por dia.

Gráfico 3 – Tempo de atuação no aplicativo



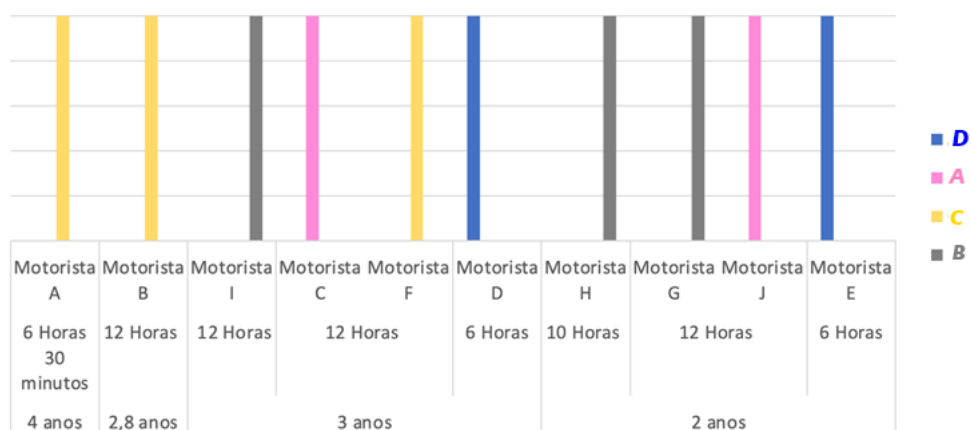
Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria dos motoristas entrevistados (90%) estão há pelo menos dois anos e até três anos atuando pelo aplicativo, porém, além dessa métrica, é interessante também saber o quanto trabalham por dia (em média) e a qual categoria pertencem. A plataforma de empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana, categoriza os motoristas nas seguintes classes, da ordem da melhor para pior: A, B, C e D.

Os motoristas possuem benefícios de acordo com suas respectivas classes, sendo possível que um motorista eleve ou decresça de classe, dependendo da quantidade de corridas realizadas, avaliações dos clientes através de notas e comentários, aceite de corridas não vantajosas (não negar nenhuma corrida), higiene do carro, entre outros quesitos. Para o motorista, é interessante pertencer as melhores classes visando obter vantagens como informações mais completas acerca das viagens (forma de pagamento, paradas e destinos) e suporte de atendimento prioritário mais rápido e efetivo.

Para que o condutor atinja as melhores classes, é imprescindível que além de trabalhar em horários de alta de demanda (ida ou retorno da escola, trabalho ou faculdade), também trabalhe muitas horas por dia, objetivando realizar o maior número possível de corridas. A Figura 3, disponível abaixo, apresenta as classes, horas trabalhadas e tempo de atuação de empresa que oferece plataforma de mobilidade urbana, por motorista.

Figura 3 – Categoria, horas diárias trabalhadas (em média) e tempo de atuação



Fonte: Elaborado pelo autor.

Observa-se que os motoristas da categoria A e B são os que apresentaram as maiores quantidades de horas trabalhadas por dia, quesito básico para se manter nas melhores classes. Nota-se também um condutor da categoria C que trabalha em média 12 horas por dia, enquanto outro condutor da categoria B trabalha menos, cerca de 10 horas por dia. Provavelmente, o condutor da categoria C tem esforçado para subir de categoria dedicando mais horas ao aplicativo, enquanto ele tende a subir na hierarquia da plataforma, o motorista da categoria B, com média de 10 horas diárias, tende a cair para categoria C.

Assim sendo, de acordo com as necessidades imediatas e de longo prazo dos motoristas, eles variam entre as classes, não dependendo apenas o período que já atua na empresa, mas também (e mais) o tempo diário dedicado atualmente. Portanto, o motorista pode ser colaborador do aplicativo por décadas e mesmo assim pertencer a classe C, ou seja, possuir os piores benefícios, demonstrando pouca relevância o tempo de atuação no aplicativo.

Ainda, acerca dos dias da semana que os motoristas mais trabalham, as respostas foram muito inconclusivas para gerar algum tipo de padrão, pois dada a flexibilidade de poder trabalhar a qualquer hora em qualquer dia, os dias escolhidos para trabalhar variam muito de acordo com as obrigações (família, estudos, outro trabalho), preferências pessoais (horário de dormir, comer, etc) e disposição (resfriado, acidentes, demais acometimentos físicos ou mentais).

Tratando sobre mudanças corporativas significativas que ocorreram na plataforma, apenas um entrevistado afirmou não ter presenciado nenhuma, as demais que foram relatadas estão todas presentes no Quadro 4, disponível abaixo.

Quadro 4 – Mudanças presenciadas na plataforma

	Segurança			Social	Precificação	
Mudança	Reconhecimento facial do motorista.	Maiores informações sobre o trajeto da corrida.	Algoritmo do aplicativo passou a buscar motoristas mulheres para atender solicitações de usuárias mulheres.	Gravar áudio durante toda a viagem.	Suspensão e desligamento de motoristas ou passageiros em casos de assédio, falas ou comportamentos racistas, machistas ou homofóbicos..	Adoção de preços dinâmicos.
Intenção	Evitar que o veículo seja emprestado para que terceiros atuem no aplicativo.	Evitar roubos, sequestros e emboscadas.	Reduzir o desconforto e riscos para as mulheres (motoristas e passageiras).	Incentivar o respeito e facilitar a comprovação de atitudes que vão em desentendimento com as políticas do aplicativo.	Incentivar o respeito.	Ajustar preço com demanda e oferta.
Entrevistado	Motoristas J, G e C.	Motoristas I, H e G.	Motoristas D e E.	Motorista A.	Motorista A.	Motorista B.

Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com as áreas (segurança, social e precificação) citadas pelos entrevistados, fica evidente que a maior preocupação nos últimos quatro anos foi aumentar a segurança dos colaboradores e usuários, promovendo mudanças aprimorando o aplicativo em diferentes aspectos: cadastro, corrida e funcionalidades. Além disso, a plataforma também buscou incentivar o respeito mútuo, um valor bastante impulsionado em suas propagandas e posicionamentos, também percebido e compartilhado por todos os motoristas entrevistados.

Encerrando a descrição do perfil dos motoristas, sobre a importância do trabalho, a resposta unânime foi a necessidade de produzir uma renda, seja ela uma necessidade imediata (financeiramente crucial) ou de longo prazo (realizar reservas), sendo o principal benefício relatado a flexibilidade (de quantas horas trabalhar, em qualquer horário, no dia que for conveniente) disponibilizada. Porém, acerca da flexibilidade, ao visualizar as informações disponíveis na Figura 4, fica evidente que os motoristas que não trabalham uma grande quantidade de horas por dia são penalizados (recebem piores benefícios).

#### 4.2.2 Fatores Internos

Bispo (2006) explica que os fatores de influência constituem fatores que interferem direta ou indiretamente no comportamento e decisões dos colaboradores de uma organização.

Se tratando dos fatores internos de influência, tais se originam internamente na própria organização, podendo essa tratar de tais fatores para obter melhores resultados para os clientes, funcionários e para a organização, constituem exemplos de fatores internos: cultura organizacional, ambiente organizacional, nível sociocultural, incentivos, vida profissional, estrutura organizacional, entre outros (BISPO, 2006).

Neste trabalho a seção referente aos fatores internos está dividida em: vida profissional, estrutura organizacional, incentivos profissionais, remuneração, integridade física, nível sociocultural, ambiente de trabalho, burocracia e cultura organizacional.

#### *4.2.2.1 Vida Profissional*

Este item visa estabelecer o grau de identificação profissional dos funcionários com a empresa, medir o sentimento de orgulho profissional e da organização (BISPO, 2006). A respeito da vida profissional, a primeira pergunta realizada aos respondentes foi sobre sentimentos de realização e reconhecimento pelos serviços prestados ao aplicativo, apesar de apenas um respondente (M2) ter afirmado estar insatisfeito, durante a entrevista e com mais questões respondidas, ficaram evidentes várias insatisfações.

Uma possível explicação para tal dissimetria pode ser que a pergunta mencionada anteriormente considerava muitas variáveis (valor de repasse, serviço de atendimento, incentivos para alcance de metas) e considerando todas elas, existia satisfação. Porém, ao observar perguntas sobre aspectos específicos, como o serviço de atendimento aos colaboradores, a insatisfação foi maior, demonstrando a importância de perguntas bastante específicas acerca da satisfação.

Quando questionados se sentem orgulho de trabalhar na PLATAFORMA DE MOBILIDADE URBANA e desempenhar as atividades realizadas, os condutores demonstraram sentir honra: “sinto orgulho por ser um trabalho honesto e me considero um agente facilitador do trânsito municipal, suprimindo uma demanda que o transporte público não consegue atender plenamente” (M2), “sinto orgulho porque em meu entendimento auxílio no transporte das pessoas” (M9).

Portanto, em relação a empresa, a maioria dos entrevistados alegou ser uma fonte de renda honesta, configurando um trabalho honesto que lhes dão orgulho, já sobre a profissão e a atividade em si, os motoristas enxergam seu trabalho como importantíssimo para a sociedade.

As perguntas seguintes, “indicar a PLATAFORMA DE MOBILIDADE URBANA como forma de trabalho para outra pessoa” e “perspectivas de carreira” foram destaque em

outras pesquisas, por exemplo, Guimarães e Gomes (2020), devido as respostas acerca de possíveis indicações serem sempre positivas e as perspectivas de carreira no aplicativo serem inexistentes.

Apenar de tal padrão de respostas ter se repetido também neste trabalho, ficou evidente que os motoristas indicam o trabalho no aplicativo como uma possibilidade de renda imediata ou extra, mas nunca como uma perspectiva de carreira, pois eles mesmo não possuem tal perspectiva e estão atuando no aplicativo por questões financeiras. Contudo, todos entrevistados indicariam o aplicativo como forma de trabalho e nenhum possui intenções de construir uma carreira profissional no aplicativo.

Encerando esse item, uma afirmação traz luz a um quesito apontado como vantagem de trabalhar como motorista no aplicativo: “não pretendo seguir como motorista, desejo me tornar especialista em marketing, contudo, enxergo que atuar no aplicativo coopera com essa projeção de carreira devido ao networking desenvolvido, através da plataforma fiz contato com vários especialistas em *marketing* usuários do Uber” (M1).

Portanto, a possibilidade de encontrar perfis de interesse e construir uma rede de relacionamentos, solicitando a permissão para adicionar os contatos desses perfis, é uma oportunidade disponível que pode ser um dos motivos para alguns optar por esse trabalho, constituindo um quesito interessante de ser avaliado em estudos futuros.

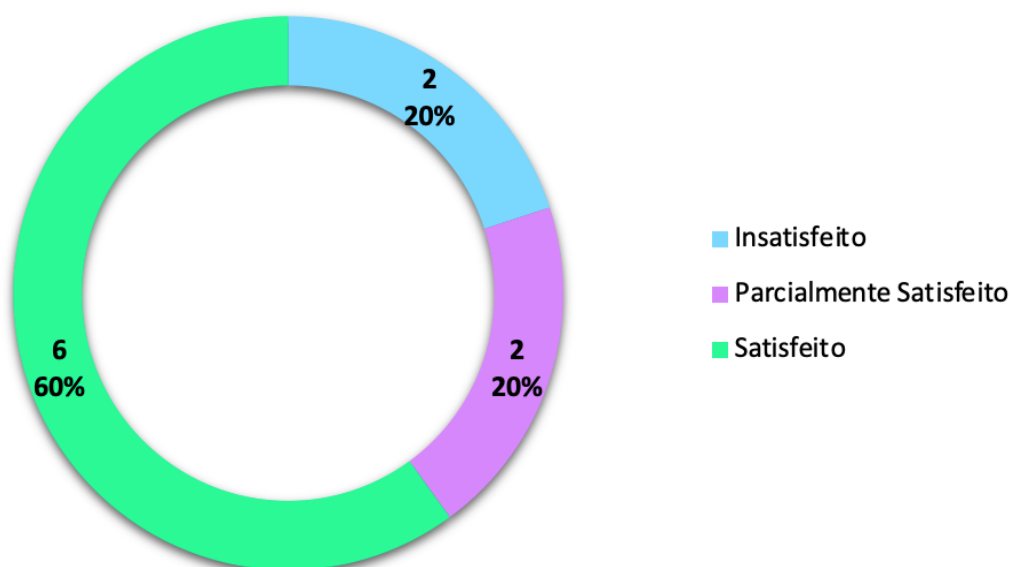
#### 4.2.2.2 *Estrutura Organizacional*

Este componente objetiva explicitar os elementos da estrutura empresarial e sua interferência nas atividades organizacionais (BISPO, 2006). Iniciando pela carga horária, a qual os valores relativos a cada motorista já foram apresentados na Figura 4, todos os condutores afirmaram estarem satisfeitos. Contudo, observa-se jornadas diárias (médias) de 12 horas, o que representa uma jornada bastante extensa. Considerando que todos os entrevistados citaram a flexibilidade como um benefício motivador, é possível acreditar que a liberdade de realizar a jornada de 12h em horários distintos e de escolha própria, torna a jornada de trabalho menos cansativa.

Acerca da remuneração, quase metade dos entrevistados não declarou satisfação. O gráfico que representa as respostas obtidas através deste tópico é apresentado abaixo no Gráfico 4.



Gráfico 4 - Satisfação em relação a remuneração



Fonte: elaborado pelo autor.

Todas as respostas de não-satisfação relativas à remuneração foram justificadas devido a possibilidade de ganhar mais, porém, tais respostas se contradizem com a satisfação em relação ao reconhecimento recebido pela empresa, onde apenas um motorista alegou insatisfação.

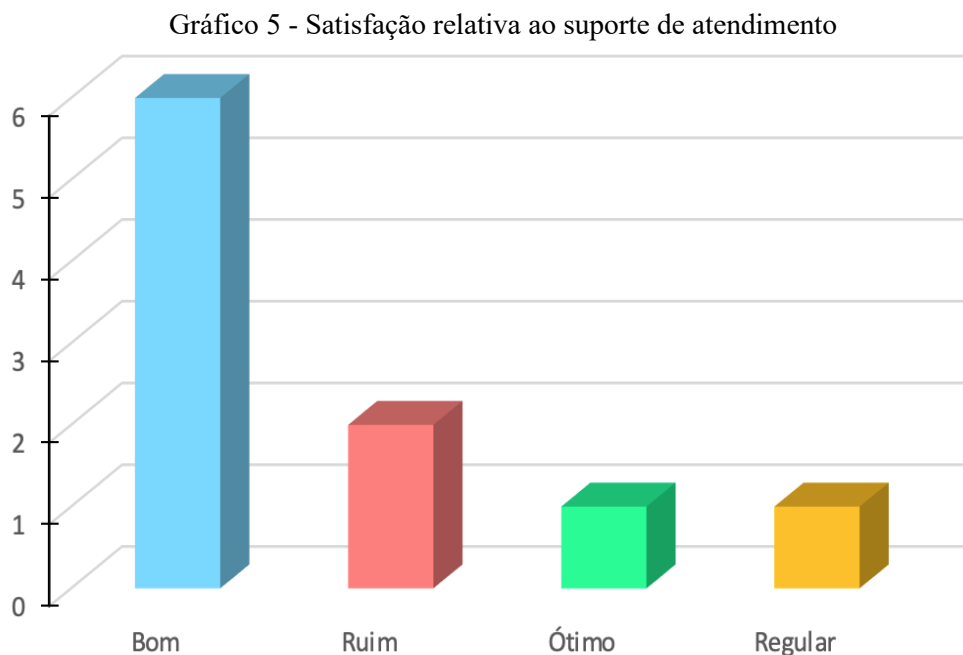
No que diz respeito aos benefícios, apenas dois entrevistados demonstraram insatisfação, mas algo a ser ressaltado é na fala de um motorista sobre o que poderia ser melhorado, que afirmou estar satisfeito com os benefícios:

Como sou considerado funcionário autônomo perante a legislação trabalhista, muitos direitos previstos na legislação não estão disponíveis para mim, assim sendo, minha qualidade de vida, segurança familiar e pessoal, entre outros aspectos, poderiam ser bem melhores caso a plataforma assinasse a sua carteira, além de ser um atrativo para atrair e manter demais motoristas (M7).

Diante de tal declaração, entende-se que os benefícios ofertados pelo aplicativo poderiam ser melhores se fossem incorporados alguns benefícios disponíveis para trabalhadores de “carteira assinada”.

Sobre a condição de trabalho apenas um motorista afirmou insatisfação, de acordo com ele: “o pagamento mediado por distância é incorreto por não considerar variações no combustível” e que “a plataforma poderia arredondar valores para melhor devolução de trocos” (M2). Portanto, para ele, tais questões pioram a condição de trabalho, tornando-a insatisfatória. Ainda, esse motorista alegou já ter sofrido agressão verbal, que não se sente reconhecido pela empresa e nem pelos familiares e que o suporte de atendimento é ruim, fatores que pode ser impulsionadores da sua insatisfação com as condições de trabalho.

Quanto ao suporte de atendimento disponibilizado pela plataforma, o Gráfico 5, disponível abaixo, apresenta a satisfação dos motoristas acerca de tal quesito.



Fonte: elaborado pelo autor.

O suporte de atendimento é condicionado a categoria que o motorista pertence, portanto, aqueles que estão em categorias melhores, como A, B e C, possuem prioridade no atendimento, enquanto motoristas da categoria D possuem menos privilégios. Desta forma, os motoristas de categorias superiores tenderão a estarem satisfeitos por receberem atendimento prioritário, enquanto os demais não. Tal prospecção, vai de encontro com os resultados obtidos a partir da pesquisa, onde os respondentes que avaliaram o atendimento como ruim ou regular pertencem as categorias C e D, as duas menos privilegiadas no suporte oferecido.

Além do atendimento, outro suporte bastante citado foram as notificações enviadas na plataforma, tais são consideradas por muitos como uma forma de treinamento e consistem em dicas de trânsito sugeridas pelo aplicativo, enviadas diariamente aos colaboradores. O atendimento e as notificações diárias são as formas de comunicação entre a plataforma e os motoristas, enquanto as notificações são percebidas e elogiadas como úteis por todos os colaboradores, a satisfação em relação ao atendimento parece estar relacionada a categoria que o motorista faz parte. Em ocasiões de algum tipo de agressão ou insatisfação do motorista com os passageiros, todos alegaram receber apoio da plataforma para resolução do caso, porém alguns condutores reclamaram que a empresa “protege” mais os passageiros.

Acerca de melhorias na comunicação, o fator mais citado como ponto de melhoria seria o retorno do atendimento presencial, ele foi encerrado no município de Uberlândia, restando

apenas o atendimento virtual, onde as demandas demoram muito mais tempo para serem solicitadas e atendidas. Além de tal, alguns motoristas sugeriram como melhoria do serviço de atendimento virtual mais opções de respostas e opções de repostas mais diretas no menu de atendimentos, como à guisa de exemplo: “inserção de uma opção que ao motorista clicar, a plataforma já entre em contato com o passageiro e marque a entrega de pertences” (M2).

#### *4.2.2.3 Incentivos Profissionais*

As questões presentes nesta categoria de itens visam estabelecer o nível de reconhecimento profissional dos funcionários (BISPO, 2006). Acerca da primeira pergunta, que objetiva compreender as motivações dos colaboradores para trabalhar na empresa em questão, unanimemente os respondentes alegaram ser a renda adquirida a partir da plataforma. Os benefícios para atuar no presente formato de trabalho também recebeu uma resposta unanime: a flexibilidade de horário.

Observa-se que o benefício da flexibilidade de horário também é uma fonte de motivação ao passo que permite conciliar estudos, outras fontes de renda e convívio social, tornando a plataforma mais atrativa: “minhas maiores motivações são conseguir conciliar trabalho com faculdade e o ganho financeiro obtido com a plataforma, porém, para obter bons ganhos é necessário desenvolver estratégias, como realizar rotas lucrativas combinadas com horários de alta demanda” (M1).

É interessante observar que em outras pesquisas, como por exemplo, Guimarães e Gomes (2020) um benefício bastante citado é a possibilidade de “ser o seu próprio chefe” e “infinitos ganhos”, visto que o motorista pode fazer seu próprio horário, decidir quantas horas trabalhar por dia e receber mais proporcionalmente direto às horas trabalhadas, tornando os ganhos “infinitos”.

Nesta pesquisa, não houve respostas dessa ordem, tal mudança pode indicar que com a diminuição de benefícios, como bonificações após o término de um determinado número de viagens, a percepção de grandes ganhos e empreendedorismo tenha se reduzido, tornando os motoristas mais conscientes de que a plataforma é uma opção imediata para obtenção de renda, apenas. Essa consideração fica evidente na seguinte afirmação: “antigamente existiam incentivos que eram recebidos após completar determinado número de corridas, aos fins de semana havia um bônus de R\$100,00 para quem completasse 70 corridas” (M1). Aparentemente, os extintos bônus transmitiam a ideia de que para ganhar bem, bastava se dedicar mais, como por exemplo, realizar 70 corridas no fim de semana. Tal constatação

também é suportada pelo fato de que nenhum dos entrevistados pretende seguir carreira profissional na plataforma.

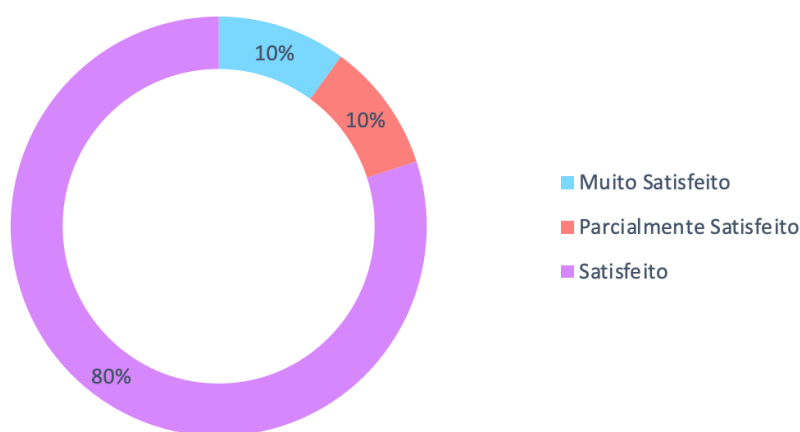
Sobre reconhecimento, apenas um motorista afirmou não se sentir reconhecido pela empresa e nem pelos familiares, ainda, esse mesmo colaborador afirmou “já sofri preconceito por não ter emprego regular, até mesmo dentro da própria empresa, também já fui agredido verbalmente por passageiros” (M2). Em contrapartida, outro motorista citou seu trabalho como um exercício de destaque em sua família: “sou bem-visto por ser o meu próprio chefe” (M3).

Apesar da maioria dos condutores nunca terem sofrido preconceito e se sentirem reconhecidos pela família, por possuir um trabalho honesto, vários citam que estão procurando um emprego formal e que sentem falta de trabalhar com “carteira assinada”. Em relação ao reconhecimento da empresa, a maioria afirma que o respeito é um valor bastante difundido como lema da organização, porém, que apesar de se sentirem respeitados, gostariam de ter melhores remunerações e benefícios.

#### 4.2.2.4 Remuneração

Este quesito intenta avaliar o nível de satisfação com a remuneração recebida considerando as atividades prestadas à empresa (BISPO, 2006). Sobre a satisfação com a renda atual, o Gráfico 6, disponível abaixo, apresenta as informações obtidas.

Gráfico 6 - Satisfação em relação a renda atual

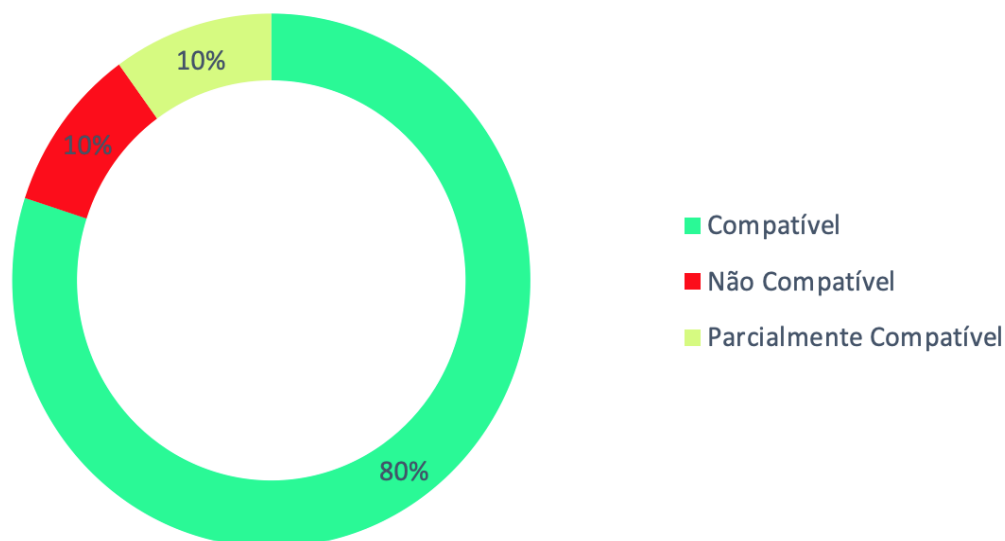


Fonte: Elaborado pelo autor.

Nenhum motorista respondeu estar insatisfeito com a renda atual, demonstrando uma boa aceitação quanto aos repasses recebidos. Porém, quando questionados acerca da comparação entre renda recebida e esforços entregues, o panorama se modifica um pouco. O

Gráfico 7, disponibilizado abaixo, demonstra a satisfação com a remuneração considerando a comparação entre repasses obtidos e atividades exercidas.

Gráfico 7 - Satisfação com a remuneração considerando a compatibilidade entre esforços entregues e renda adquirida



Fonte: Elaborado pelo autor.

A prevalência de índices de satisfação demonstra que ainda existe o pensamento de que, caso trabalhe no aplicativo por mais horas, irá receber mais, portanto, a renda obtida está relacionada majoritariamente com a quantidade de horas trabalhadas. Apesar disso, quando perguntados se consideram justa a forma de pagamento adotada, nenhum motorista considerou justa, sendo a sugestão de melhoria mais citada a construção do vínculo entre valor do combustível e repasse para o motorista, para proteger o colaborador de mudanças drásticas, sendo que atualmente o aplicativo não reconhece tais mudanças para o cálculo de repasse de ganhos.

Outras sugestões foram: vincular o valor de repasse com risco de acidente relacionado ao trajeto, manutenção do carro, valor mínimo garantido ao motorista de acordo com o trajeto para evitar prejuízos e estipulação de valores fixos em trajetos longos e sem taxa dinâmica. A partir de tais considerações, fica evidente que a forma de pagamento poderá ser melhor e a necessidade de realizar perguntas específicas, pois em caso contrário, os entrevistados respondem apenas que estão satisfeitos, não havendo oportunidade de entender as reais dificuldades enfrentadas. Acerca da disponibilidade de informativos sobre os ganhos, imposto de renda e demais obrigações fiscais, todos os colaboradores afirmaram que a plataforma disponibiliza relatório completo com todos os informativos.

Encerrando o item remuneração, considerando os ganhos anuais, todos os motoristas responderam que não são todos os meses do ano que são produtivos, além de que nenhuma estratégia é disponibilizada atualmente. Também foi informado que a plataforma já ofertou benefícios para incentivar os motoristas, como por exemplo, bônus após a conclusão de determinado número de corridas, porém tais benefícios não ocorrem mais.

Contudo, todos os motoristas indicaram possuir estratégias para lidar com meses de baixa demanda, como: tirar férias nesses meses, construção de uma poupança em períodos melhores para lidar com a baixa, trabalhar apenas em horários com taxas dinâmicas (“horários de pico”), entre outras. Vale salientar que os períodos de férias escolares, que geralmente também são períodos de férias da faculdade, são aqueles com menores demandas. Considerando que Uberlândia não é uma cidade turística, muitas famílias adequam seus períodos de férias com os períodos de férias escolares, deixando a cidade “vazia”.

#### *4.2.2.5 Integridade Física*

O presente item visa mensurar o quanto o motorista se sente seguro trabalhando para o aplicativo, para tanto, as perguntas buscaram saber se os motoristas já sofreram agressões, quais os horários preferidos para trabalhar e a satisfação acerca das informações disponibilizadas pela plataforma.

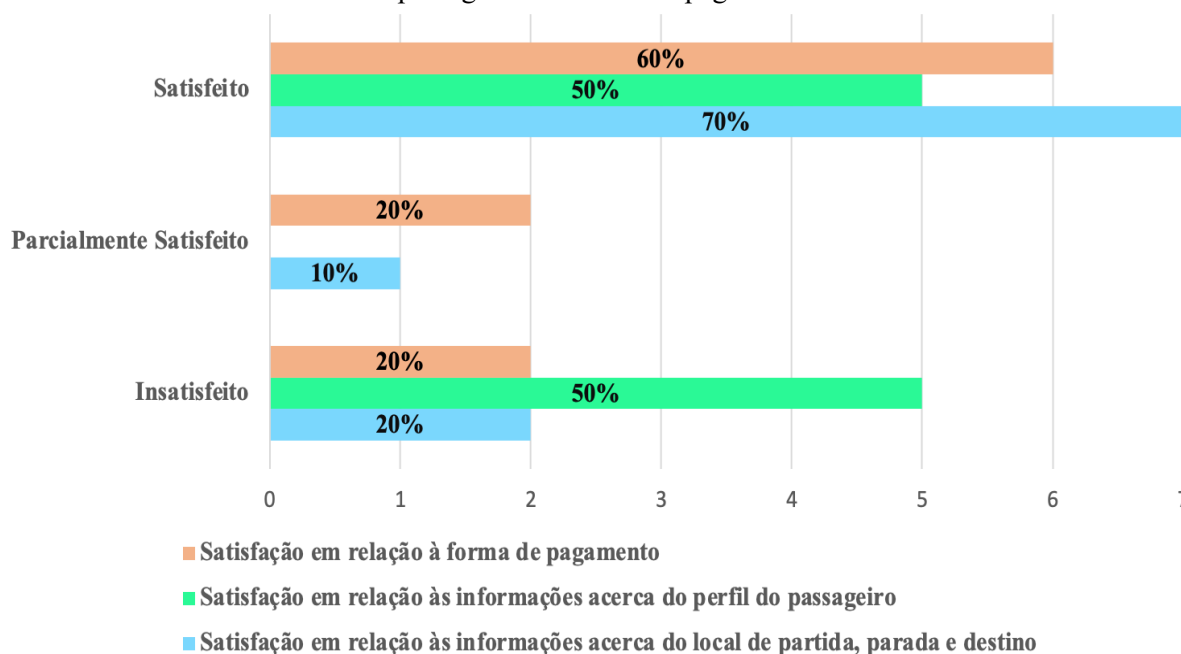
A respeito de agressões sofridas, apesar de haverem sido relatadas três agressões verbais, nenhum motorista foi agredido fisicamente. Dentre as agressões verbais, um condutor relatou a ocorrência de crime de racismo: “fui vítima de comportamentos e falas racistas, mas após entrar em contato com a organização o passageiro foi bloqueado e a plataforma se colocou a minha disposição para me apoiar judicialmente”. Nesse caso, todo o processo, incluindo o contato com a plataforma, ocorreu muito rápido pois o carro do motorista possui câmera instalada que grava todo o trajeto, facilitando a comprovação do ocorrido e agilizando as providências a serem tomadas. Contudo, apesar de todos os motoristas afirmarem que enxergam a adoção de uma postura de respeito por parte da empresa, não é possível afirmar que em outras ocasiões, sem gravações de vídeo ou voz (agora disponível no aplicativo), o mesmo apoio ocorreria.

Ainda, dos sete respondentes que responderam não ter sofrido violência física e nem verbal, quatro afirmaram que não se sentem confortáveis e seguros para realizar corridas a qualquer momento, principalmente a noite. É relevante salientar que, além das agressões físicas e verbais, os motoristas também estão sujeitos a roubos, furtos, acidentes e sequestros,

considerando que não é disponibilizado nenhum tipo de seguro veicular ou de vida, os condutores evitam correr riscos.

Acerca das informações ofertadas pelo aplicativo, o Gráfico 8, disponível abaixo, apresenta uma comparação entre os níveis de satisfação dos motoristas quanto as informações disponibilizadas acerca do trajeto, do perfil dos passageiros e das formas de pagamento.

Gráfico 8 - Comparação entre a satisfação em relação as informações acerca do trajeto, perfil dos passageiros e formas de pagamento



Fonte: Elaborado pelo autor.

As informações a respeito do trajeto (local de partida, parada e destino), foram as que obtiveram maior índice de aprovação pelos motoristas (70%), enquanto as relacionadas aos perfis dos passageiros apresentaram menor índice (50%). Tais informações são primordiais visto que, por não possuir nenhum tipo de seguro, essas são o principal meio de avaliação para o motorista determinar o risco de realizar determinada viagem com determinados passageiros.

Retornando a questão das categorias que classificam os motoristas, quanto melhor posicionado, mais informações acerca desses itens o motorista recebe: “a plataforma oferece informações gradativas de acordo com o nível do motorista, como sou C, estou satisfeito com o conteúdo que tenho acesso, porém, um motorista D, por exemplo, não consegue visualizar corridas que serão pagas em dinheiro posteriormente” (M1).

Também é válido ressaltar que nas informações sobre os passageiros consta a avaliação dele é realizada por outros motoristas, podendo haver comentários, além de apresentar a quanto tempo o usuário utiliza a plataforma e quantas viagens já realizou. Além de prover assistências

visando reduzir avarias ao veículo e ao motorista, diante das respostas obtidas, é evidente que uma necessidade latente dos colaboradores são maiores informações sobre os perfis dos passageiros, principalmente considerando as categorias menos privilegiadas, da ordem da melhor para pior: A, B, C e D.

#### *4.2.2.6 Nível Sociocultural*

Essa dimensão visa compreender se os níveis intelectual, cultural e social dos colaboradores estão de acordo com as necessidades relacionadas às suas atividades (BISPO, 2006). Tratando do nível cultural e intelectual, todos os respondentes afirmam que o grau de conhecimento considerando essas duas esferas é suficiente para o exercício de suas atividades, permitindo o manuseio do aplicativo, boa comunicação, entendimento de regras de trânsito e de condução do veículo. É interessante que, apesar de possuírem o conhecimento necessário para as atividades de motorista no aplicativo, muitos citaram que desejam aumentar os níveis culturais e intelectuais, porque tais devem estar em constante evolução. Tal pensamento reafirma a real vontade de seguir em outras carreiras e conseguir melhores oportunidades de trabalho, como já citado anteriormente.

Sobre treinamentos, atividades ou práticas, unanimemente foram citadas as notificações diárias e *podcast* que visam trazer informações acerca de segurança no trânsito. Além disso, não existe nenhum outro treinamento, ou similar, que são ofertados pela plataforma, a qual já exige a carteira de habilitação referente a condução de carros (carteira B) e uma licença para transportar pessoas.

#### *4.2.2.7 Ambiente de Trabalho*

O presente item objetiva estabelecer o grau de relacionamento desenvolvido entre os colegas de trabalho, além de buscar também compreender como tal colabora com a realização das atividades individuais ou coletivas (BISPO, 2006). De acordo com os entrevistados, a plataforma disponibiliza um canal de comunicação para os motoristas, promovendo a comunicação e aumentando a segurança, pois, através desse canal são comunicados trajetos e transmitidos códigos de alerta quando o motorista se sente inseguro. Eventos, horários de chegada e partida de voos, locais de alta demanda (taxa dinâmica), congestionamentos, acidentes e outras informações relevantes também são compartilhadas entre os motoristas por meio deste canal.



Todos os entrevistados responderam que o relacionamento com outros condutores é positivo, agregando conhecimento, informações, segurança e auxílio mútuo (em casos de problemas no carro, por exemplo) em diversas situações.

Acerca das condições do carro e do aparelho celular, todos os respondentes afirmaram estarem satisfeitos, contudo, trocariam ambos por modelos mais modernos pela premissa de que: “sempre é possível melhorar e um carro do ano seria melhor, tanto para mim que trabalho, quanto para os usuários, ambos desfrutaríamos de maior conforto, tecnologia e segurança” (M9).

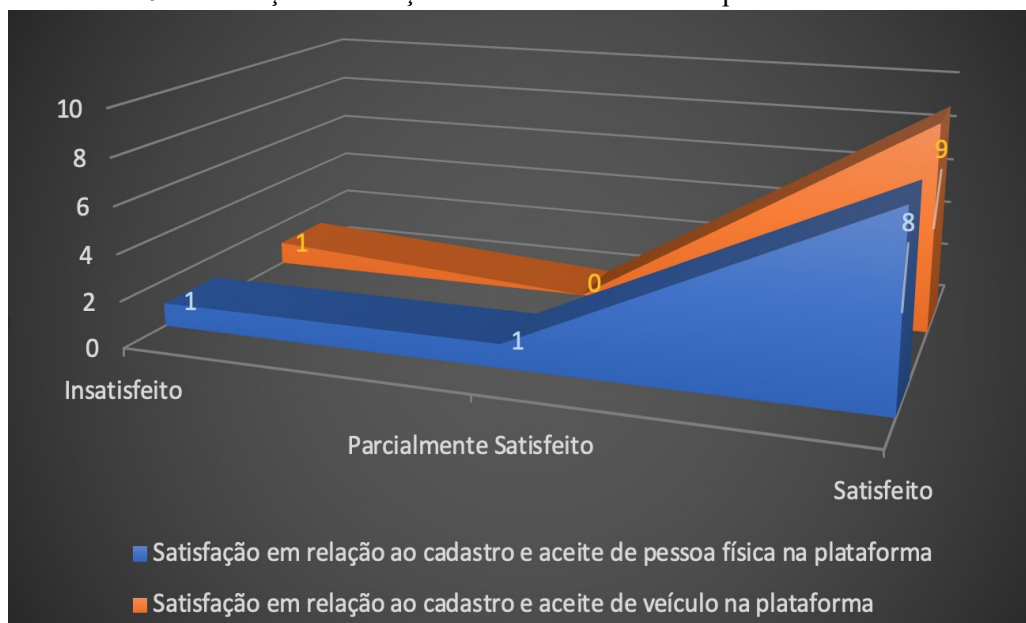
Ao serem questionados sobre políticas do aplicativo que causam desconforto, todos os motoristas reclamaram que em corridas onde a forma de pagamento é dinheiro em espécie, valores não inteiros sempre geram desconforto. Para solucionar o problema, a alternativa mais citada foi o arredondamento dos valores para facilitar o troco. Ainda, alguns motoristas bloqueiam no aplicativo a opção de dinheiro como forma de pagamento para evitar situações desse tipo, assim sendo, só são direcionados para corridas que o pagamento será efetuado via cartão.

Outra situação que gera desconforto é que o aplicativo não determina algumas regras, como à guisa de exemplo, permissão para comer ou beber dentro do veículo, vestimenta para embarcar (alguns passageiros entram sem camiseta), permissão para levar objetos no carro e qual a quantidade permitida (é comum que usuários façam compras e solicitem uma corrida para entregar os produtos), entre outras. Como não é determinada uma regra, por serem proprietários dos veículos, são os motoristas que decidem o que é permitido ou não, gerando desconforto, quebra de expectativas e confusões.

#### *4.2.2.8 Burocracia*

Este elemento visa incluir na pesquisa a visão dos colaboradores acerca da burocracia relacionada as atividades realizadas (BISPO, 2006). Assim sendo, foi perguntado aos colaboradores o grau de satisfação em relação a burocracia envolvida nos cadastros do veículo e do motorista, as respostas são apresentadas no Gráfico 9, disponibilizado abaixo.

Gráfico 9 - Satisfação em relação ao cadastro e aceite de pessoa física e veículo



Fonte: Elaborado pelo autor.

Apenas um motorista se mostrou insatisfeito em relação ao cadastro e aceite de pessoa física e veículo na plataforma, primordialmente pelo período de espera para averiguação das documentações, geralmente totalizando três dias. Além disso, muitos motoristas argumentaram que apesar de estarem satisfeitos, notam uma diferença explícita entre o tempo de averiguação, assim como a documentação exigida, entre motorista e usuário, enquanto o motorista demora em média três dias para começar a trabalhar pela plataforma, os passageiros demoram alguns minutos. Portanto, ficou evidente a insatisfação dos motoristas no que diz respeito ao tratamento oferecida para motoristas e usuários, não apenas neste item, os condutores se enxergam menos valorizados que os usuários pela empresa.

#### 4.2.2.9 Cultura Organizacional

Neste elemento do questionário busca-se determinar o nível de interferência que as práticas, tradições e costumes, que não estão previstos em regras divulgadas pela organização (informais), exercem nos colaboradores e na realização de suas atividades (BISPO, 2006).

Um aspecto relevante da cultura organizacional bastante citado pelos motoristas foi o respeito: à diversidade gênero e preferência sexual, diversidade de raça, diversidade cultural, divergência de opiniões de qualquer natureza. De acordo com os condutores, o respeito mútuo entre todos aqueles inseridos na plataforma é um quesito constantemente ressaltado pelo aplicativo via notificações, *podcasts* e postagens em suas redes. Ainda, a maioria dos condutores afirmaram se identificar e compartilhar os valores relacionados a respeito

difundidos pelo aplicativo. Contudo, além de promover através de diferentes formas o respeito, a organização não se limita apenas a tal: “o clima organizacional da empresa é positivo porque enaltece o comportamento de respeito entre todos os usuários, ademais, quando necessário, a plataforma disponibiliza canais para denúncia, averiguação e posterior punição para atitudes tidas como desrespeitosas” (M2).

Claramente, o incentivo ao respeito mútuo auxilia no desenvolvimento das atividades visto que propicia um ambiente confortável, confiável e amigável para ambas as partes, reduzindo o estresse e gerando uma cadeia de gentilezas onde passageiros e motoristas tendem a propagar tais valores nas próximas interações que ocorrerão através da plataforma.

#### *4.2.2.10 Assistência aos Funcionários*

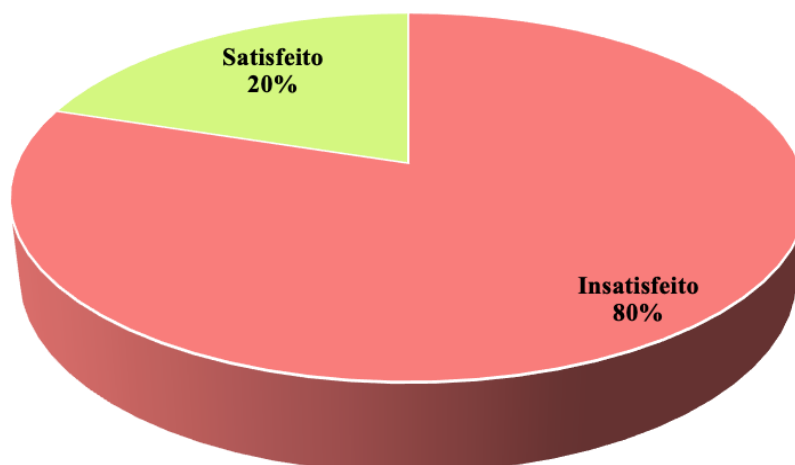
Este item objetiva compreender de quais benefícios gozam os colaboradores e estabelecer o grau de assistência médica, dentária, social, hospitalar, entre outras, que compõem o conjunto de assistências oferecidas aos funcionários (BISPO, 2006).

A legislação trabalhista brasileira não garante nenhuma assistência para os motoristas vinculados à plataforma, portanto, estando trabalhando ou até mesmo afastado por doenças ou acidentes, o colaborador atualmente não recebe nenhum tipo assistência. Essa falta de qualquer tipo de seguridade é um dos aspectos que mais desanimam os condutores de manter o aplicativo como a principal e duradoura fonte renda, uma das provas disso são que muito estão procurando por um emprego “de carteira assinada” e planejam atuar em empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana como fonte de renda extra e em horários que seja possível conciliar com outro emprego formal.

Observa-se que os motoristas que são pais consideram ainda mais as assistências disponibilizadas em empregos formais dado que planos de assistência médica e dentária tendem a beneficiar também esposa e filhos, mesmo que seja necessário um complemento monetário para passar de um plano individual para familiar, ainda é uma opção vantajosa. Ademais, nos casos dos motoristas que são pais, muitas vezes a renda familiar é completamente dependente desses, nesses casos a ocorrência de um acidente ou surgimento de doença pode colocar a familiar em risco alimentar e de moradia, agravando muito mais a situação e aumentando o peso de se possuir um trabalho de “carteira assinada”.

Acerca da satisfação dos colaboradores em relação as assistências desfrutadas, o Gráfico 10, disponível abaixo, exhibe as respostas obtidas.

Gráfico 10 - Satisfação em relação às assistências prestadas pela plataforma



Fonte: Elaborado pelo autor.

Devido as razões levantadas anteriormente nesta seção, consequentes das respostas obtidas pelos entrevistados, este item foi o de maior insatisfação considerando todo o roteiro de perguntas. Apesar de constituir um meio de renda imediata, oferecer a possibilidade de “fazer o próprio horário” e ser seu “próprio chefe”, a carência de assistências oferecidas ao colaborador foi para os entrevistados o maior motivo de insatisfação e incentivo para conseguir um outro emprego.

Quando questionados acerca de melhorias, os motoristas afirmaram que passar para o regime de “carteira assinada” e seguro de carro seriam as melhores e mais urgentes assistências a serem disponibilizadas. Sobre o seguro, foi informado que existe a opção de proteção veicular, a qual, diferente da seguradora, que é um serviço contratado, consiste em uma associação de motoristas, mas que é considerada por eles bem pior que o seguro. Sobre possíveis soluções, foi unanimemente proposta a criação de uma parceria entre as empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana e seguradoras, pois, até para contratar ou renovar um contrato de seguro de carro é mais oneroso. Um dos entrevistados explica em pormenores a questão dos seguros: “a maioria das seguradoras evitam os motoristas de aplicativo porque dado que percorrem trajetos o dia todo, a chance de acidentes é bem maior, assim sendo, uma parceria entre a plataforma e seguradoras seria a única forma de sanar o problema” (M10).

Além de estarem sujeitos a diversos sinistros com seus veículos, os motoristas estão sujeitos a danos contra a própria vida, visto que enfrentam riscos de furtos, assaltos, ameaças, confusões e acidentes. Todos os entrevistados foram a favor de incluir uma parceria com seguradoras de vida, além da parceria com seguradoras de carro. Na próxima seção são apresentadas as respostas acerca dos fatores externos.

### 4.2.3 Fatores Externos

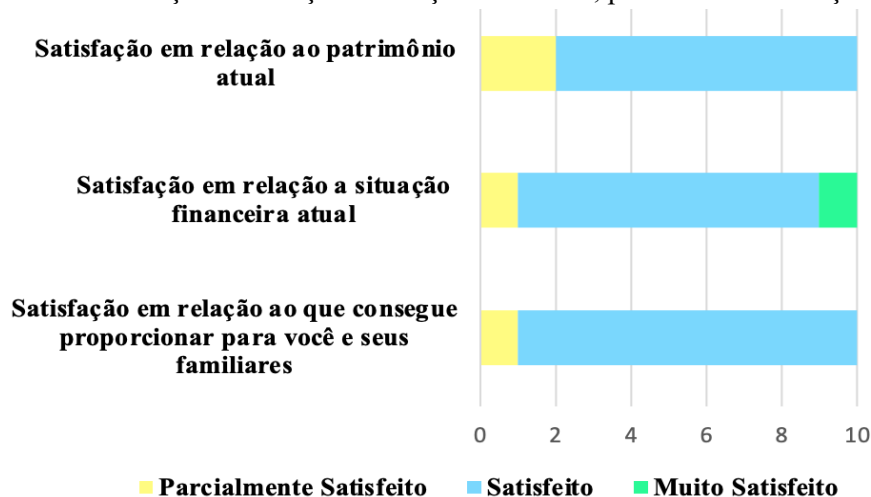
Bispo (2006) define os fatores externos como aqueles que possuem origem fora do ambiente da organização, ou seja, externo ao controle dela, mas que exercem influência sobre decisões, comportamentos e ações em geral dos colaboradores. Nesta etapa do trabalho serão analisados os seguintes itens: situação financeira, investimentos e despesas familiares, a convivência familiar, a vida social, a saúde, e por fim, férias e lazer.

#### 4.2.3.1 Situação Financeira, Investimentos e Despesas Familiares

É importante ressaltar que a intenção deste quesito não é analisar a remuneração, mas sim a situação financeira do indivíduo e de sua família como um todo (BISPO, 2006). Porém, em cômruo com as respostas obtidas acerca da satisfação em relação a remuneração, a maioria dos motoristas afirmaram estarem satisfeitas com sua condição financeira atual, com seu patrimônio e com o que consegue proporcionar para os familiares, sendo a única sugestão de melhoria, receber ainda mais.

O gráfico 11, apresentado abaixo, apresenta as informações relativas à satisfação com relação a situação financeira, patrimônio e o que é proporcionado aos familiares.

Gráfico 11 - Satisfação em relação a situação financeira, patrimônio e condição financeira familiar



Fonte: Elaborado pelo autor.

Não houve nenhum entrevistado que afirmou estar insatisfeito com algum dos três quesitos avaliados acima, uma possível justificativa pode ser que muitos utilizam a plataforma como uma forma de obter renda extra, assim sendo, faz sentido que se sintam satisfeitos com

todos os itens visto que a renda do motorista, em sua totalidade, não depende do quanto recebe na plataforma.

Ademais, as respostas encontradas foram coerentes, como já citado anteriormente, com respostas de itens anteriores, além de que as respostas de parcialmente satisfeito vieram em maioria (três respostas de quatro ao todo) do mesmo respondente. Este respondente em questão depende apenas da renda do aplicativo e está à procura de um emprego com “carteira assinada”, sua maior insatisfação relatada foi a baixa remuneração.

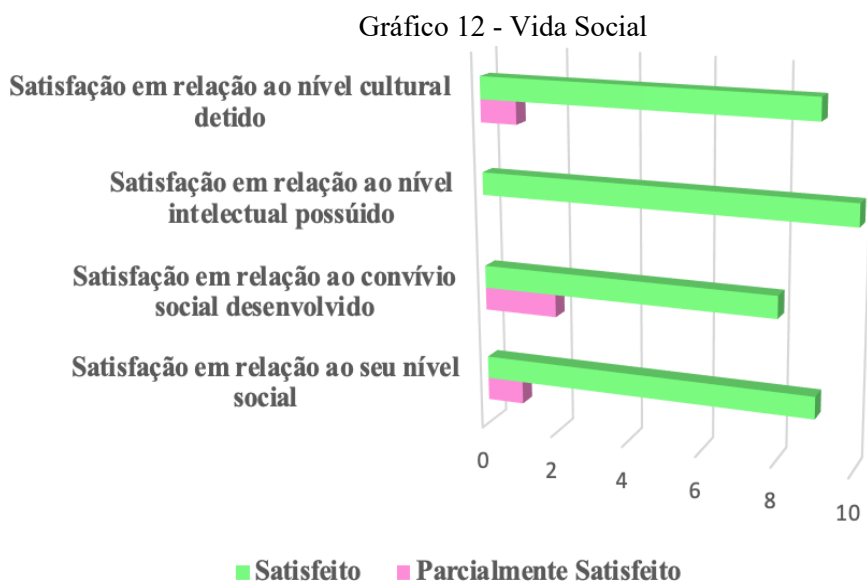
#### *4.3.3.2 Convivência Familiar*

A convivência familiar intenta analisar o grau de convivência familiar estabelecido entre os colaboradores da organização e seus familiares, buscando compreender como o trabalho afeta tal e vice-versa (BISPO, 2006).

Todos os entrevistados relataram gozar de boas relações familiares, apesar de alguns entenderem que poderiam passar mais tempo com os familiares caso não estivessem trabalhando na plataforma, esses mesmos alegam que acreditam que contribuem muito mais com o ganho financeiro extra que é gerado e entregue em casa a partir de suas atividades no aplicativo. Ainda, todos os entrevistados que possuem família na cidade afirmaram que conseguem reservar períodos para estarem com seus familiares.

#### *4.3.3.3 Vida Social*

Bispo (2006) afirma que este item visa avaliar o nível de satisfação dos colaboradores com seu convívio social. O Gráfico 12, apresentado abaixo, visa demonstrar as informações acerca dos quesitos que compõem este item.

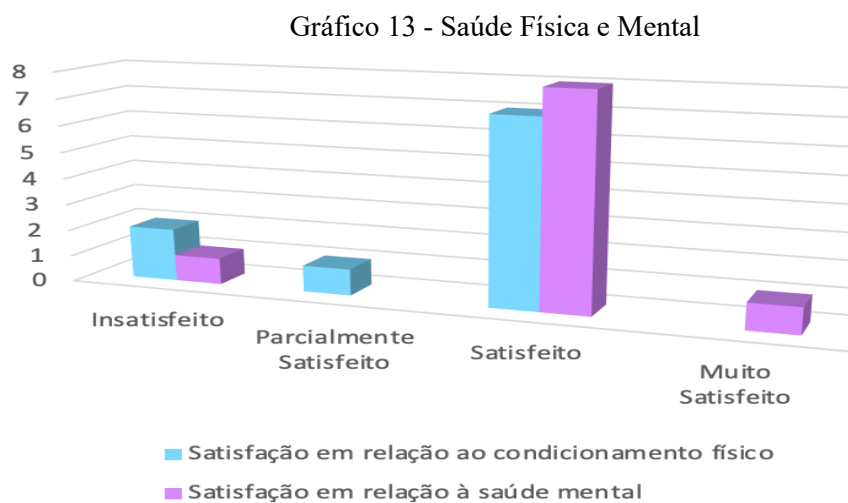


Fonte: Elaborado pelo autor.

Nenhum dos respondentes alegou estar insatisfeito com o nível cultural, intelectual ou social, porém, a maioria dos motoristas responderam que gostariam de aumentar seus respectivos níveis, pois tais são características muito relevantes para os indivíduos em geral, alguns desses afirmaram que se tivessem mais tempo e maior poder aquisitivo, frequentariam mais exposições de arte, cinemas e teatros.

#### 4.3.3.4 Saúde

Neste item tenta analisar a opinião dos colaboradores sobre suas saúdes física e mental, quesitos de grande relevância (BISPO, 2006). O Gráfico 13, apresentado abaixo, demonstra tais informações.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Foi unânime a informação de que a plataforma envia muitas notificações acerca da saúde física, a importância de se exercitar e cuidados quando se está durante muito tempo dirigindo. Todos os entrevistados que se mostraram satisfeitos em relação a seu condicionamento físico afirmaram praticar exercícios físicos ao menos duas vezes por semana, em contrapartida, os que se mostraram insatisfeitos ou parcialmente satisfeitos, demonstraram saber a importância de se exercitar, porém simplesmente não o fazem (não alegaram falta de tempo, apenas afirmaram que pretendem começar a fazer).

Em relação ao referencial apresentado no trabalho, Jones e George (2012) apresentam o conceito de valores terminais e instrumentais, considerando as entrevistas realizadas e as informações obtidas, é possível afirmar que os valores terminais e instrumentais são bem evidentes, com destaque para o respeito mútuo (valor compartilhado entre a empresa e os condutores e bastante citado) como uma conduta ideal e a convicção pessoal de conseguir um emprego formal (citada pela maioria) que vai de encontro com o objetivo de ter melhores condições de trabalho.

Acerca das particularidades que determinam a essência da organização, Robbins, Judge e Sobral (2010) citam oito itens, estes são descritos de acordo com as informações coletadas:

a) Inovação: as empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana demonstram total aversão dado que os motoristas não são estimulados a desenvolver pensamento crítico e nem inovador, realizando atividades repetitivas e gozando de pouca autonomia;

b) Atenção aos detalhes: a demonstração de pensamento analítico se dá através da necessidade latente de ganhos e segurança, visto que os conveniados utilizam de sua lógica para escolher corridas mais lucrativas e menos perigosas;

c) Orientação para resultados: as diretrizes tomadas pela gestão são voltadas para os resultados pois a plataforma pouco foca seus esforços em melhorar o aplicativo para os motoristas;

d) Foco na pessoa: a gestão pouco considera os impactos que suas decisões terão nos profissionais parceiros;

e) Foco na equipe: o foco não é na equipe porque os esforços não visam atingir equipes, mas sim resultados, até mesmo porque o trabalho é em sua maioria individualizado;

f) Agressividade: o ambiente de trabalho é extremamente agressivo, a prerrogativa da empresa de que o condutor é seu próprio chefe e seus ganhos dependem apenas dele fazem com que haja competição agressiva entre os colaboradores;

g) Estabilidade: a estabilidade é inexistente pois basta uma mudança de política da empresa para que as atividades, responsabilidades e nível de produtividade aumentem,



colocando o motorista em total dependência da organização, o qual, além de tudo, ainda pode perder o emprego a qualquer momento.

Considerando os tipos de cultura apresentados por Olbrzymek (2017), a cultura das empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana pode ser definidas como voltada para o mercado, dado seu foco nos resultados e lucro. Ademais, ela não pode ser considerada burocrática porque, apesar de centralizada, as regras de conduta não são tão rígidas, questões como entrar com comida ou bebida no carro, conversar ou não, e velocidade, além de outras, são optativas.

A empresa também não pode ser definida como uma cultura do tipo clã, pois apesar de sua concepção inicial ser voltada para colaboração mútua, não existe colaboração e dada a exploração e dependência do trabalhador e usuário fica evidente o foco nos lucros. Por fim, a cultura também não pode ser definida como empreendedora, porque, novamente, apesar da sua concepção ser bastante inovadora, não há qualificação, empreendedorismo individual e atividades dinâmicas voltadas para o motorista.

Partindo para a classificação de Schein (1992), acerca dos artefatos, os processos e estruturas organizacionais das empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana são bem definidas, porém, tratando dos comportamentos observáveis, é complexo de se definir pois além de ser originalmente bastante individualizados, variando de motorista para motorista, a empresa prega que se preocupa com os motoristas, mas não lhe oferece seguros (nem de vida e nem veicular), não lhe oferece parcerias para desfrutar de bem estar e nem para tratar da saúde, além de outras contradições. Ainda, através das entrevistas ficou evidente que existem divergências entre alguns pressupostos e valores dos motoristas e da organização, visto que percepções, sentimentos, objetivos e aspirações não convergem.

Handy (1980) propôs a representação de categorias culturais através de figuras de deuses, considerando as quatro categorias propostas, Zeus, Apolo, Atena e Dionísio, a mais adequada é Atena, a qual descreve uma organização focada na eficácia, nos resultados e na autonomia, sendo que no presente estudo a autonomia seria para escolha de trajetos, horas trabalhadas por dia, horário de trabalho e aceite de corridas ou não (considerando que há um limite para não aceite, não sendo tão autônomo assim).

A respeito da concepção de organização-cultura, Smircich (1983) propõe que a cultura organizacional seja tratada de duas formas, como independente (revelada pelos comportamentos dos colaboradores) ou dependente (produzida pela organização), analisando o caso das empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana, a cultura é revelada pelo comportamento dos colaboradores, pois mesmo que mudanças sejam realizadas no aplicativo

buscando promover respeito, maior segurança e melhores condições de pagamento, o comportamento dos colaboradores possui maior força de impacto.

De acordo com os elementos propostos por Machado (2013), um dos valores da organização (relevante para alcançar o sucesso) seria a jornada extensa e “flexível” de trabalho possibilidade ganho infinita, os ritos, cerimônias e rituais se relacionam com as notificações enviadas para os motoristas, os tabus seriam casos de racismo, assédio e outros crimes e formas de desrespeito, os heróis seriam os condutores que conseguem maiores lucros e a simbologia e artefatos seriam as propagandas, promoções e funcionalidades presentes no aplicativo. Silva et al. (2018) apresentam a relação entre satisfação, comprometimento e cultura organizacional, onde culturas mais voltadas para o indivíduo tenderiam a aumentar a satisfação, o comprometimento e conseqüentemente impulsionar uma visão positiva acerca do clima organizacional.

Dentre as várias classificações apresentadas até o momento, as empresas que oferece plataformas de mobilidade urbana, foram caracterizadas como voltada para os resultados, sendo os argumentos sobre já bem esclarecidos. Além disso, dadas as entrevistas, a empresa demonstra não se importar com a precarização do trabalho, não promovendo satisfação e conseqüentemente não atingindo comprometimento. Observa-se na prática que ocorre a relação estabelecida por Silva et al. (2018), onde a empresa que oferece plataforma de mobilidade urbana não possui uma cultura voltada para o indivíduo, não consegue satisfazê-lo (em grande maioria os motoristas estão insatisfeitos com as condições de trabalho, com os benefícios, com as jornadas e com o suporte) e conseqüentemente não atingem seu comprometimento (em maioria os motoristas afirmam que gostariam de um trabalho de “carteira assinada” e que estão nas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana por necessidades financeiras e falta de outras opções, mas que pretendem sair assim que possível).

Acerca dos principais fatores influentes no clima organizacional, apresentados por Dias (2011), apenas o compartilhamentos de valores, especificamente do respeito mútuo, é observado do lado de fatores positivos, enquanto nos fatores que geram clima organizacional ruim, a ausência de identificação ao local de trabalho, falta de orgulho de pertencer ao time de colaboradores (a maioria sente orgulho de realizar um trabalho honesto e não de pertencer a empresa em si) e exclusão de trabalhadores podem ser observados.

Lacombe (2005) afirma que a baixa motivação gera insatisfação, frustração e reduz a colaboração, tal efeito pode ser visualizado nas entrevistas em que o grande motivo para atuar como motorista de empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana (diferente de

pesquisas anteriores, onde citava-se bastante a flexibilidade e possibilidade de ganhos lucros) é a necessidade.

Tratando da precarização do trabalho na era digital, Vallas e Schor (2020) abordam um fenômeno bem observado na condução e análises das entrevistas: apesar de agirem como incubadoras de empreendedores, as “gaiolas digitais” são aceleradoras de precariedade. Na visão dos autores as plataformas são camaleões que se adaptam ao ambiente e alegam oferecer opções flexíveis de trabalho, enquanto controlam financeiramente a economia e externalizam suas responsabilidades.

Tais apontamentos são facilmente visualizados nos resultados desta pesquisa, onde os motoristas passam por uma fase, geralmente inicial, onde se consideram seus “próprios chefes”, demonstrada já anteriormente sob citação de trabalhos similares a este, e posteriormente se frustram, nesse momento, a responsabilidade da organização é externalizada, seja para o motorista ou para o governo local.

Outro apontamento válido é realizado por Vianna, Vianna e Menegheti (2021), que citam os dados como a atual riqueza, os quais são capturados, negociados e mercantilizados em larga escalas por plataformas digitais, as quais ainda lhes utilizam para maximizar lucros e reduzir erros, mercantilizando todo o usuário e todos os usuários.

É interessante notar que, uma atualização elogiada pelos motoristas é a opção de gravação da corrida, onde podem ser facilmente comprovadas falas ofensivas e criminosas, porém, mais que isso, toda a conversa é gravada, somando milhares de conversas, convertidas em milhares de informações, que são disponibilizadas gratuitamente à plataforma.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou investigar o clima organizacional do ambiente de trabalho oferecido por empresas que oferecem plataforma de mobilidade urbana, contemplando motoristas que atuam no município de Uberlândia-MG, para identificar o seu grau de satisfação e sentimentos vinculados à profissão e à empresa. Em comparação com estudos anteriores, observou-se que grande parte das opiniões dos motoristas se manteve, porém, um fator de destaque foi a redução da visão de empreendedor (chefe ou “dono do próprio negócio”), quesito creditado a decadência dos benefícios oferecidos pelas plataformas de mobilidade urbana, de acordo com o que informaram os condutores.

Em relação aos fatores internos, ficou evidente que a atual divisão de classes entre os condutores é uma forma de segregar os motoristas através de privilégios para os que atuam por mais horas diariamente e por mais tempo na plataforma, os benefícios ofertados são insuficientes e entre os valores compartilhados a relação mútua de respeito é a mais valorizada.

Acerca dos fatores externos, os motoristas gostariam de melhores remunerações, conseguem equilibrar seu trabalho com a vida social e tirar férias anuais devido a possibilidade de flexibilização de horário e se consideram com saúde mental e física regular, apesar da única forma de apoio oferecida pela plataforma ser notificações acerca de saúde em geral e boas práticas de trânsito.

Para melhoria da relação entre motoristas e organização, bem como para criação de melhores condições de trabalho, a organização deve voltar a se dedicar a promover um transporte comunitário, que visa menores emissões de poluentes e que é voltada para os colaboradores e usuários e não para o lucro, o trajeto para esse resultado deve ser trilhado junto aos usuários e colaboradores.

Para melhorar a relação entre os motoristas e a organização, é necessário que a empresa se dedique a promover um transporte comunitário, com foco nos colaboradores e usuários, em vez de apenas no lucro. Além disso, é importante trilhar esse caminho junto aos usuários e colaboradores, buscando criar melhores condições de trabalho.

A contribuição deste trabalho para o tema clima organizacional foi a exploração do assunto em novas formas de organizações e ambientes de trabalho, aplicando um conceito tão importante no setor de plataformas digitais, o qual é recente e carece do desenvolvimento de pesquisa e construção de dados, no qual este estudo contribuiu para a compreensão do clima organizacional nas plataformas de mobilidade urbana, explorando novas formas de organização e ambientes de trabalho.

Uma sugestão para próximos trabalhos é averiguar a situação dos motoristas, considerando a lei que foi aprovada em Uberlândia que regulamenta o serviço de empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana na cidade que entra em vigor no início do ano de 2024. É também por considerar o fenômeno que foi comentado pelos entrevistados: o surgimento de motoristas que alugam carros e “contratam” outros motoristas que não possuem veículos para lucrar através de taxas impostas a estes.

## REFERÊNCIAS

- ABRAHIM, Gisele Seabra. **O papel dos valores pessoais nas decisões de carreira**. 2008.
- BESSA, Ana Cláudia. O perfil do motorista de aplicativo no Brasil. **MovimentAção**, v. 8, n. 14, p. 24-43, 2021.
- BISPO, Carlos Alberto Ferreira. **Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional**. Produção, v. 16, n. 2, p. 258–273, 2006. doi:10.1590/S0103-65132006000200007.
- DIAS, Simone Regina. **Clima e cultura organizacional** / Simone Regina Dias. Natal: Edunp, 2011.
- DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em revista**, n. 24, p. 213-225, 2004.
- FIGUEIREDO, Nébia Maria Almeida de. **Método e metodologia na pesquisa científica / organização Nébia Maria Almeida de Figueiredo**. – 3. ed. – São Caetano do Sul, SP : Yendis Editora, 2008.
- Fleury, Maria Tereza Leme. Estórias, mitos, heróis: cultura organizacional e relações do trabalho. **Revista de Administração de Empresas**. 1987, v. 27, n. 4.
- FRANCO, D. S.; FERRAZ, D. L. D. S. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, número especial, p. 844–856, nov. 2019.
- GIL, Antonio Carlos *et al.* **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUIMARAES, André Rehbein Sathler; GOMES, Alexandre Mesquita. **CLIMA ORGANIZACIONAL DA UBER: uma pesquisa com motoristas do aplicativo em Brasília**. **Revista de Administração da UNIMEP.**, Piracicaba/SP, v. 18, ed. 4, 2020.
- HANDY, C. **The Gods of Management**. London: Pan, 1980.
- JOHANN, S. L. **Gestão da cultura corporativa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LACOMBE, F. **Recursos humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Atlas, 2005
- LUZ, Janine P. **Metodologia para análise de clima organizacional: um estudo de caso para o Banco do Estado de Santa Catarina**. Florianópolis, 2001. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção – UFSC.
- JONES, Gareth R. **Teoria das organizações** / Gareth R. Jones; tradução Luciane Pauleti e Daniel Vieira; revisão técnica Luciana Oranges Cezarino. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

JONES, Gareth R.; GEORGE, Jennifer M. **Fundamentos da Administração Contemporânea** 4ed. AMGH Editora, 2012.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

KOLB, D. A. et al. **Psicologia Organizacional: uma abordagem vivencial**. São Paulo, Atlas, 1986.

MACHADO, Denise Del Prá Netto et al. Cultura de inovação: elementos da cultura que facilitam a criação de um ambiente inovador. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 4, p. 164-182, 2013.

KOVÁCS, I. Novas formas de organização do trabalho e autonomia no trabalho. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 52, p. 41-65, 2006.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. **Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos**, v. 2, p. 10, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Métodos científicos. **Fundamentos de metodologia científica**, v. 7, p. 88-93, 2008.

MOREIRA, Elen Góngora. / **Clima Organizacional** / Elen Góngora Moreira. — Curitiba: IESDE Brasil S.A. ,2008.132 p.

OLBRZYMEK, Juliana Regiani. **Comportamento, clima e cultura organizacional** / Juliana Regiani Olbrzymek. Indaial: UNIASSELVI, 2017.

PEREIRA, Adriana Soares. **Metodologia da pesquisa científica** [recurso eletrônico] / Adriana Soares Pereira ... [et al.]. – 1. ed. – Santa Maria, RS: UFSM, NTE,2018.1 e-book

RICHARDSON, Roberto Jarry *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1985.

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento organizacional** / **Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, Filipe Sobral**; [tradução Rita de Cássia Gomes]. -- 14. ed. -- São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

ROBBINS, Stephen P., 1943- **Comportamento organizacional** / **Stephen P. Robbins**; tradução técnica Reynaldo Marcondes. – 11. ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

Russo, Giuseppe Maria et al. Correlacionando tipos de cultura organizacional com estratégias de remuneração utilizando a tipologia de Charles Handy. REAd. **Revista Eletrônica de Administração** (Porto Alegre) [online]. 2012, v. 18, n. 3

SBRAGIA, R. Um estudo empírico sobre clima organizacional em instituições de pesquisa. **Revista de Administração**, v. 18, n. 2, p. 30-39, 1983.

SCHEIN, E. **Organizational culture and leadership**. San Francisco: Jossey-Bass, 1992.

VACLAVIK, M. C.; OLTRAMARI, A. P.; DE OLIVEIRA, S. R.. Empresariando a informalidade: um debate teórico à luz da GIG economy. **Cadernos EBAPE. BR**, 2021.

VALLAS, Steven; SCHOR, Juliet B. What do platforms do? Understanding the gig economy. **Annual Review of Sociology**, v. 46, p. 273-294, 2020.

SILVA, William Bezerra Da. NIVEL DE SATISFAÇÃO DOS MOTORISTAS DA UBER COM A EMPRESA: um estudo na cidade de São Luís-MA. 2018.

SILVA, Lindomar Pinto da et al. Comprometimento no trabalho e sua relação com a cultura organizacional mediada pela satisfação. **Revista brasileira de gestão de negócios**, v. 20, p. 401-420, 2018.

Smircich, Linda. Concepts of culture and organizational analysis. **Administrative Science Quarterly**, Cornell, v. 28, 1983.

SIQUEIRA, José Lucas Silva et al. Uber: de carona no consumo colaborativo. **CBR-Consumer Behavior Review**, v. 3, n. 1, p. 18-26, 2019.

UNGARI, Diego Fernandes; GRILLO RODRIGUES, Ana Paula. A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO DESENVOLVIMENTO DOS VÍNCULOS DO INDIVÍDUO COM A ORGANIZAÇÃO. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 13, 2020.

YIN, Robert K. Estudo de Caso: Planejamento e métodos. **Trad. Daniel Grassi**, v. 2, 2001.



**APÊNDICE A – Roteiro de entrevista**

<b><u>1 Informações acerca do perfil dos respondentes</u></b>				
<b>1.1 Qual a sua faixa etária?</b>				
<input type="checkbox"/> 18 a 24 anos	<input type="checkbox"/> 25 a 35 anos	<input type="checkbox"/> 36 a 42 anos	<input type="checkbox"/> 43 a 50 anos	<input type="checkbox"/> Acima de 50 anos
<b>1.2 Com qual gênero você se identifica?</b>				
<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Não desejo informar				
<b>1.3 Qual o maior nível de escolaridade que você possui?</b>				
<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto				
<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Completo				
<input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto				
<input type="checkbox"/> Ensino Médio Completo				
<input type="checkbox"/> Ensino Superior Incompleto				
<input type="checkbox"/> Ensino Superior Completo				
<input type="checkbox"/> Pós-Graduação Incompleta (Lato/Stricto Sensu)				
<input type="checkbox"/> Pós Graduação Completa (Lato/Stricto Sensu)				
<b>1.4 Seu maior nível de escolaridade lhe auxilia de alguma forma no exercício de suas funções atuais no aplicativo? Como?</b>				
<b>1.5 A quanto tempo trabalha pela plataforma? Costuma trabalhar quantos dias da semana? Em média, fica ativo aplicativo durante quantas horas?</b>				
<b>1.6 Qual a sua classificação na plataforma (da ordem da melhor para pior: A, B, C e D)?</b>				
<b>1.7 Você vivenciou mudanças corporativas significativas que ocorreram na plataforma? Se sim, quais?</b>				
Exemplos: atualizações funcionais no aplicativo, correções de taxas sobre as corridas, aumento ou redução da burocracia para realizar cadastro de veículo e pessoa física na plataforma, mudanças nas políticas da empresa, alterações na classificação do motorista (da ordem da melhor para pior: A, B, C e D), entre outros.				
<b>1.8 Qual a importância do seu trabalho?</b>				

Exemplos: É edificante? Desafiador? É estável/constante? É financeiramente crucial para sua sobrevivência? Lhe oferta benefícios que outras formas de emprego não oferecem?

### **1.9 Qual seu estado civil?**

( ) Solteiro ( ) União estável ( ) Divorciado/Separado

## **2 Fatores Internos**

**Os fatores internos são os que se originam dentro da empresa, podendo tal atuar diretamente sobre esses fatores para tentar melhorá-los e produzir melhores resultados para a mesma, os clientes e os funcionários.**

### **2.1 Vida Profissional**

2.1.1 Como você se sente em termos de realização e reconhecimento pelos serviços prestados à plataforma (Considere: Valor de repasse, serviço de atendimento dos colaboradores, incentivos relacionados ao alcance de metas, entre outros).

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

2.1.2 Você sente orgulho de trabalhar nesta empresa e da atividade que você desempenha? Por quê?

2.1.3 Costuma indicar ou indicaria empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana como alternativa de trabalho para outras pessoas? Justifique.

2.1.4 Considerando o trabalho realizado nas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana, quais suas perspectivas de carreira e vida profissional?

### **2.2 Estrutura Organizacional**

2.2.1 Qual o seu grau de satisfação com a sua jornada de trabalho nas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana em termos de:

Carga horária

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Remuneração

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Benefícios

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Condições de trabalho

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

2.2.2 Quais são os suportes oferecidos pela empresa para a execução do seu trabalho?

2.2.3 Qual a sua avaliação média considerando todos suportes citados na resposta anterior?

(Considere todas as formas de suporte oferecidas que você conseguiu visualizar/lembrar):

( ) Péssimo ( ) Ruim ( ) Regular ( ) Bom ( ) Ótimo

**2.2.4 Como é a comunicação diária com a empresa? Pode ser melhorada? Se sim, de qual forma?**

### **2.3 Incentivos Profissionais**

2.3.1. Quais são as suas motivações para trabalhar nesta empresa?

2.3.2 Quais os benefícios para atuar neste formato de trabalho? Sente-se reconhecido pela empresa, amigos e parentes?

2.3.3 Já sofreu algum tipo de discriminação por não ter um emprego regular?

### **2.4 Remuneração**

2.4.1. Qual o seu nível de satisfação em relação a sua renda atual?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

2.4.2 Você acredita que o patrimônio adquirido na plataforma é adequado com os esforços que tem feito pela empresa?

( ) Não compatível ( ) Pouco compatível ( ) Compatível ( ) Muito compatível

2.4.3 A plataforma contribui para que o motorista cumpra com suas responsabilidades fiscais disponibilizando relatório completo dos rendimentos? A plataforma fornece o cálculo detalhado do imposto de renda? Alguma outra facilidade para cálculo de obrigações fiscais do colaborador é ofertada?

2.4.4 Considerando os ganhos anuais, você se sente realizado trabalhando como prestador de serviço do aplicativo? Os 12 meses do ano são produtivos? Em caso negativo, existem estratégias disponibilizadas pela plataforma para atender a baixa produtividade?

2.4.5 Você considera justa a forma de pagamento adotada pela plataforma (através da quantidade de quilômetros percorridos)? Possui sugestões que resultariam em outras alternativas melhores de pagamento?

### **2.5 Integridade Física**

2.5.1 Já sofreu algum tipo de violência ou agressões (físicas, verbais ou gestuais) durante exercício do seu trabalho?

2.5.2 Considerando a sua segurança, você se sente confortável em trabalhar pela plataforma em qualquer horário?

2.5.3 Qual o seu nível de satisfação acerca das informações ofertadas pelo aplicativo sobre:

Local de partida, parada (quando ocorre) e destino

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Perfil do Passageiro

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Forma de pagamento

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

## 2.6 Nível Sociocultural

2.6.1. Você acredita que o seu nível cultural e intelectual é suficiente para o exercício das suas atividades na empresa? Justifique.

2.6.2 A plataforma disponibiliza ou incentiva atividades, treinamentos ou práticas visando seu crescimento profissional? Em caso positivo, poderia citar um exemplo com grande relevância para você?

## 2.7 Ambiente de Trabalho

2.7.1 Como é o relacionamento com os outros colaboradores da plataforma? Ele favorece a execução das suas atividades na empresa?

2.7.2 As principais ferramentas de trabalho utilizadas são o carro e o celular, sendo o carro um importante constituinte do ambiente de trabalho. Acerca das condições destes instrumentos avalie através do seu grau de satisfação com cada um:

Condições do carro (Considere todos os fatores do carro, à guisa de exemplo: qualidade da ventilação, embreagem, freios, painéis, acabamentos em geral, estofados, carpetes, retrovisores, maçanetas, teto, funilaria, conforto, etc.)

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Condições do aparelho celular (Considere todos os fatores relacionados ao *smartphone*: qualidade da conexão, funcionalidade, qualidade do aplicativo *gps* utilizado, tela, som, etc).

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

2.7.3 Ocorrem desconfortos propiciados por políticas do aplicativo? Caso positivo, quais você visualiza? Enxerga soluções para tais desconfortos?

Exemplo: quando a corrida é paga em dinheiro em espécie, valores não inteiros como R\$10,43 geram desconforto?

## **2.8 Burocracia**

Considere como Burocracia questões relacionadas à

2.8.1. Como a burocracia adotada pela empresa afeta a execução das atividades que você presta?

2.8.2 Acerca do cadastro do seu veículo, as formas de seleção para aceite na plataforma e inclusão no time de motoristas são satisfatórias? Como você se sente a respeito?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

E acerca do seu cadastro como pessoa física em específico?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Há algo que poderia ser melhorado? Justifique.

## **2.9 Cultura Organizacional**

Considere cultura organizacional

2.9.1 A Cultura Organizacional (tradições, práticas e costumes adotados na empresa que não estão previstos em qualquer regra) adotada nas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana favorece a execução das suas atividades na empresa? O que poderia ser mudado/melhorado?

2.10.1. Quais os valores (aquilo que a empresa valoriza) das empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana e que você compartilha?

## **2.11 Assistência aos Funcionários**

2.11.1 Qual seu grau de satisfação em relação as assistências prestadas pela plataforma?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Gostaria de mencionar algo que poderia ser melhorado? Caso positivo, qual a sua sugestão para solução do quesito em questão?

2.11.2 Sobre a proteção de seu veículo, você considera válida uma parceria entre a plataforma e seguradoras de veículos? Teria alguma sugestão sobre?

2.11.3 Em relação a proteção da sua vida, você considera válida uma parceria entre a plataforma e seguradoras de vida visando alguma forma de auxílio em caso de acidentes? Teria alguma sugestão sobre?

### 3 Fatores Externos

**Os fatores externos de influência são os que têm origem fora do âmbito da empresa, mas que exercem influência direta no comportamento, ações e decisões dos funcionários dentro da empresa, por isso não podem ser desprezados. Se a empresa não puder atuar diretamente sobre eles, pode tentar atuar sobre seus efeitos nos funcionários. Esses fatores sempre existiram, porém, sua influência atualmente é muito maior que no passado.**

#### **3.1 Situação financeira, Investimentos e Despesas Familiares**

3.1.1 Qual seu grau de satisfação com o que você está conseguindo proporcionar para você e sua família com o seu trabalho nas empresas que oferece plataforma de mobilidade urbana?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

O que poderia melhorar?

3.1.2 A plataforma contribui com o planejamento do seu futuro e da sua família? Em caso positivo, de qual forma?

3.1.3 Como você avalia a sua situação financeira atual?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

O que poderia melhorar? Visualiza alternativas para alcançar as melhorias almeçadas?

3.1.4 Você sente-se satisfeito com o seu patrimônio atual?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

O que poderia melhorar? Visualiza alternativas para alcançar as melhorias almeçadas?

#### **3.2 Convivência Familiar**

3.2.1 Seu convívio familiar é afetado por conta das atividades realizadas na plataforma? Como você realiza a conciliação de tempo entre trabalho e família?

#### **3.4 Vida Social**

3.4.1. O quanto você está satisfeito em relação ao seu nível social?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

3.4.2 O quanto você está satisfeito em relação ao convívio social desenvolvido?

Muito Insatisfeito  Insatisfeito  Satisfeito  Muito Satisfeito

3.4.3 O quanto você está satisfeito em relação ao nível intelectual que possui?

Muito Insatisfeito  Insatisfeito  Satisfeito  Muito Satisfeito

3.4.4 O quanto você está satisfeito em relação ao nível cultural que detém?

Muito Insatisfeito  Insatisfeito  Satisfeito  Muito Satisfeito

### **3.5 Saúde**

3.5.1. Como você define sua satisfação em relação ao seu condicionamento físico?

Muito Insatisfeito  Insatisfeito  Satisfeito  Muito Satisfeito

3.5.2 Como você classifica sua satisfação em relação à sua saúde mental?

Muito Insatisfeito  Insatisfeito  Satisfeito  Muito Satisfeito

3.5.3 Você considera importante se exercitar? Caso positivo, você pratica algum esporte? Com qual frequência?

3.5.4 A plataforma proporciona uma boa relação entre os motoristas e os passageiros (considere: Informativos de conhecimento básico “regras” de um passageiro para embarcar em uma corrida, opções de avaliação para o passageiro e motorista ao fim da corrida)?

3.5.5 Você acredita que a plataforma se preocupa com a sua saúde mental? Justifique.

3.5.6 Você acredita que a plataforma se preocupa com a sua saúde física?

### **3.6 Férias e Lazer**

3.6.1 Você se programa para sair de férias? Quais os fatores cruciais para você sair de férias?

3.6.2 Com que frequência você costuma viajar? Quando foi a última vez que tirou férias?

3.6.3 Você acredita que o trabalho exercido na plataforma lhe beneficia ou lhe prejudica em relação às férias?