

**FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA – FACCAMP**  
**PROGRAMA DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARCELO JACOBBER DE MORAES

**DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR**  
**DOS MOTORISTAS DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE**  
**CARGA DE CAMPINAS/SP**

CAMPO LIMPO PAULISTA - SP

2012

MARCELO JACOBBER DE MORAES

**DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR  
DOS MOTORISTAS DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE  
CARGA DE CAMPINAS/SP**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Campo Limpo Paulista - FACCAMP, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

**Linha de pesquisa:** Empreendedorismo e Desenvolvimento.

**Orientador:** Prof. Dr. Marcos Hashimoto

CAMPO LIMPO PAULISTA - SP

2012

# FICHA CATALOGRÁFICA

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

MORAES, Marcelo Jacober

Diagnóstico e análise do perfil empreendedor dos motoristas de transporte rodoviário de carga de Campinas/SP. / Marcelo J. Moraes; Campo Limpo Paulista-SP: FACCAMP, 2012 (Pesquisa para obtenção do título de Mestre em Administração)

1. Empreendedorismo
2. Perfil Empreendedor
3. Motorista Autônomo
4. Motorista Funcionário
5. Intraempreendedor

CDD – 658.42

# **PÁGINA DE APROVAÇÃO**

Faculdade de Campo Limpo Paulista

## **DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS MOTORISTAS DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA DE CAMPINAS/SP**

(Dissertação)

**Marcelo Jacober de Moraes**

Data: \_\_\_\_\_

### **BANCA EXAMINADORA**

---

**Professor Doutor Marcos Hashimoto**  
(Presidente / Orientador - FACCAMP)

---

**Professor Doutor Tales Andreassi**  
(FGV-SP)

---

**Professora Doutora Vânia Maria Jorge Nassif**  
(FACCAMP)

Dedico este estudo aos meus pais, *Joaquim e Nelma*, que durante toda a vida dedicaram-se ao máximo, incentivando-me a estudar, e, principalmente, deram-me como grande tesouro a Honestidade, o Respeito, e a Gratidão.

À minha esposa *Eliana*, companheira e grande incentivadora nos momentos mais difíceis e de incerteza.

À minha princesa, *Giovanna*, minha maior inspiração, e o maior motivo para meus esforços.

Aos meus irmãos *Maurício, Marcos e Miriam*, grandes companheiros.

## AGRADECIMENTOS

A Deus

*Por nortear-me e fazer com que eu me sinta sempre amparado, colocando no meu caminho pessoas de bem, de caráter, que foram bases de sustentação, para que eu conseguisse chegar à realização deste sonho.*

Ao Prof. Dr. Marcos Hashimoto

*Meu orientador. Sempre esteve ao meu lado, com paciência, sabedoria e dedicação. Sua importância neste trabalho não se deve tão somente à especial orientação para a construção da Dissertação, mas também na disciplina Empreendedorismo Corporativo, em que foi meu professor, momento em que aprendi muito e alicercei minha linha de pesquisa.*

Ao Prof. Dr. Tales Andreassi e a Prof<sup>a</sup> Dra. Vânia Maria Jorge Nassif

*Pelas orientações importantes e enriquecedoras no processo de qualificação.*

Ao Pesquisador Dr. Tiago Zanett Albertini

*Que com grande maestria me auxiliou na análise dos dados, sempre atencioso e disponível.*

Aos demais Professores do Programa de Mestrado da FACCAMP

*Pelos ensinamentos que serão importantes para meu crescimento profissional.*

Ao Prof. Dr. Nelson Gentil

*Pelo incentivo e por proporcionar oportunidades de aperfeiçoamento aos professores da Faculdade de Paulínia.*

Aos amigos, Prof. Maurício Cassar; Prof. Paulo César P. Pontara;

Prof. Gilson Lopes; e Prof. Antonio Guimarães

*Grandes incentivadores.*

A amiga Solange Galhardo

*Pela compreensão e incentivo.*

A Professora Cidália Gomes

*Pelo apoio nas revisões de texto.*

A todos os motoristas

*Que colaboraram respondendo ao questionário de pesquisa.*

## RESUMO

O setor de transporte rodoviário de cargas destaca-se pela importância no escoamento e abastecimento de mercadorias para o país, atualmente deparando-se com a escassez no mercado de trabalho de um de seus mais importantes profissionais, o motorista. Especificamente em pesquisas que investiguem o perfil empreendedor, não se identifica nos meios acadêmicos muitos estudos neste setor, nem tão pouco para estudar com que amplitude o grau de empreendedorismo dos motoristas pode influenciar na evolução destes profissionais, e na continuidade de suas carreiras. Assim, esta pesquisa objetivou estudar oito atributos que conceitualmente compõem o perfil empreendedor: autoeficaz; assume riscos calculados; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador; e líder, e através deles identificar dentre três categorias de motoristas do transporte rodoviário de cargas: funcionários, agregados e autônomos, em qual destas mais se manifesta o perfil empreendedor. A pesquisa, quantitativa, coletou dados através de questionário no formato *Likert*, previamente validado, aplicado em 210 motoristas divididos igualmente em cada uma das três categorias, delimitado no município de Campinas/SP. Para analisar os dados foram realizados procedimentos de: análise de frequência; cálculo médio dos índices alcançados para cada atributo em estudo; análise de correlação entre os atributos pelo teste de Spearman; e influência das variáveis sócioambientais escolaridade e idade pelo teste ANOVA. Os principais resultados apontaram pela análise da amostra global, sem divisão por categorias, que os motoristas de um modo geral são: persistentes, sociáveis e autoeficazes. A análise estratificada mostrou que a categoria dos autônomos é aquela em que mais se manifestou o perfil empreendedor, com a categoria de agregados apresentando índices próximos, e estes se mostrando mais empreendedores do que a categoria de funcionários. Esta pesquisa concluiu que o incremento da utilização da figura do motorista agregado poderá ter origem da figura do intraempreendedor, e desta forma as empresas de transporte poderão contar com maior volume de mão de obra, e mais do que isso, motoristas com níveis elevados de perfil empreendedor.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Motorista autônomo. Motorista funcionário. Intraempreendedor

## **ABSTRACT**

The freight-shipping sector is distinguished for its importance regarding the flowing and supplying of merchandise across the country, though these days such business is facing a shortage of one of its most important professionals, the truck driver. Specifically about the research which investigates the entrepreneurial profile, there is not much to learn about it in academic records, neither enough for one to be able to study the extent of entrepreneurship profile of truck drivers and to figure out how that can affect the growth and the development of their careers. Therefore, this research intends to analyze eight attributes which constitute their entrepreneurial profile: self-sufficient, take calculated risks, planner, recognize opportunities, persevering, sociable, inventive and leader. Considering these attributes, the research also aims to identify in which of the three categories of truck drivers - employees, contracted or independent owner operators – the entrepreneurial profile manifests itself the most. The quantitative research collected data through a questionnaire using the Likert Scale, previously validated and applied to 210 truck drivers equally distributed into each of the three categories, within the city of Campinas, Sao Paulo. For data interpretation, the following procedures were performed: frequency analysis; average calculation of the obtained indexes for each of the contemplated attributes; correlation analysis among the attributes using Spearman's Rank Correlation Test; and the influence of socioenvironmental, educational and age variables using ANOVA Test. The main results, through the analysis of aggregated samples and without categorizing, showed that drivers are overall: persevering, sociable and self-sufficient. Stratified analysis showed the independent owner operators category is the class where the entrepreneurial profile manifests itself the most. The contracted operator category showed near indexes, what reveals that they have more of the entrepreneurial profile than the employee category. This research showed that the employment of independent owner operators leads to the figure of the intrapreneur so that the freight companies can count up with additional amount of workforce besides counting on truck drivers with higher levels of entrepreneurship.

**Key words:** Entrepreneurship. Entrepreneurial profile. Independent owner operators. Employed driver. Intrapreneur.



## LISTA DE ABREVIATURAS

ANTT	Agência Nacional de Transportes Terrestres
CEL	Centro de Estudos em Logística
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CNT	Confederação Nacional do Transporte
COPPEAD	Centro de Estudo e Ensino Avançados em Gerência de Negócios da UFRJ
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ILOS	Instituto de Logística e Supply Chain
NTC&Logística	Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística
RNTRC	Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Cargas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TRC	Transportadores Rodoviários de Cargas
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Fases de evolução da profissão de motorista rodoviário de cargas.....	28
FIGURA 2 - Ciclo vicioso do transporte rodoviário de cargas.....	34
FIGURA 3 - Tarifas de frete x características de contratação.....	35
FIGURA 4 - Avaliação de riscos.....	53
FIGURA 5 - Perfis psicográficos de trabalhadores autônomos.....	76
FIGURA 6 - Diagrama do grupo de atributos que influenciam o perfil empreendedor de motoristas de cargas rodoviárias.....	102
FIGURA 7 - Apresentação das variáveis socioambientais: estado civil; gênero e escolaridade – amostra global.....	105
FIGURA 8 - Apresentação da variável socioambiental: escolaridade – amostra estratificada.....	112
FIGURA 9 - Apresentação da variável socioambiental: estado civil – amostra estratificada.....	112
FIGURA10- Apresentação da variável socioambiental: gênero – amostra estratificada.....	113

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 -	Registro Nacional Transportadores Rodoviários de Carga.....	27
TABELA 2 -	População município de Campinas.....	85
TABELA 3 -	Classificação de variáveis semânticas.....	89
TABELA 4 -	Número de variáveis válidas.....	96
TABELA 5 -	Valores de médias e desvio padrão.....	97
TABELA 6 -	Matriz de covariância calculada e utilizada na análise.....	98
TABELA 7 -	Cálculo de <i>alpha</i> de Cronbach por proposição.....	99
TABELA 8 -	Cálculo de <i>alpha</i> de Cronbach geral.....	100
TABELA 9 -	Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para 210 respondentes.....	106
TABELA 10-	Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para motoristas funcionários, agregados e autônomos.....	114
TABELA 11-	Estatística descritiva dos índices dos atributos do perfil empreendedor da amostra global dos motoristas rodoviários de cargas.....	118
TABELA 12-	One-way ANOVA para os índices de atributos do perfil empreendedor das categorias de motoristas rodoviários de cargas.....	119
TABELA 13-	Correlação de Sperman entre os índices de atributos do perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas.....	121
TABELA 14-	One-way ANOVA para os índices dos atributos para três classes de escolaridade de motoristas rodoviários de cargas.....	122
TABELA 15-	One-way ANOVA para os índices de atributos do perfil empreendedor para três classes de idade de motoristas rodoviários de cargas.....	125

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 -	Resumo das abordagens para a descrição de empreendedorismo.....	42
QUADRO 2 -	Características atitudinais do empreendedor.....	45
QUADRO 3 -	Definições de autoeficácia.....	49
QUADRO 4 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘autoeficaz’.....	90
QUADRO 5 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘assume riscos calculados’.....	90
QUADRO 6 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘planejador’.....	91
QUADRO 7 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘detecta oportunidades’.....	91
QUADRO 8 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘persistente’.....	91
QUADRO 9 -	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘sociável’.....	92
QUADRO 10-	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘inovador’.....	92
QUADRO 11-	Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘líder’.....	93

## LISTA DE SÍMBOLOS

α	Alfa
%	Percentual
@	Arroba

## LISTA DE TERMINOLOGIA

<i>Locus</i>	Lugar, posição
Semirreboque	Equipamento que transporta cargas
<i>Supply-Chain</i>	Cadeia de abastecimento
<i>Exemplum</i>	Exemplares
<i>Staff</i>	Equipe de apoio
<i>turn-over</i>	Rotatividade de pessoal

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	18
1.1	JUSTIFICATIVA DE PESQUISA.....	20
1.2	PROBLEMA DE PESQUISA.....	22
1.3	HIPÓTESES.....	22
1.4	OBJETIVOS.....	23
<b>1.4.1</b>	<b>Objetivo Geral</b> .....	23
<b>1.4.2</b>	<b>Objetivos Específicos</b> .....	23
1.5	ESTRUTURA DO ESTUDO.....	24
<b>2</b>	<b>CATEGORIAS DE MOTORISTAS DO TRANSPORTE DE CARGAS</b>	25
2.1	FORMA DE REMUNERAÇÃO.....	32
<b>3</b>	<b>EMPREENDEDORISMO</b> .....	38
3.1	PERFIL EMPREENDEDOR.....	41
<b>3.1.1</b>	<b>Atributos que compõem o perfil empreendedor</b> .....	47
3.1.1.1	Autoeficaz.....	47
3.1.1.2	Assume riscos calculados.....	50
3.1.1.3	Planejador.....	54
3.1.1.4	Detecta oportunidades.....	57
3.1.1.5	Persistente.....	60
3.1.1.6	Sociável.....	62
3.1.1.7	Inovador.....	65
3.1.1.8	Líder.....	68
3.2	EMPREENDEDOR AUTÔNOMO.....	71
3.3	INTRAEMPREENDEDOR.....	78
3.4	RESUMO DO CAPÍTULO.....	81
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA DA PESQUISA</b> .....	83
4.1	OBJETO DE ESTUDO.....	84
4.2	POPULAÇÃO.....	85
4.3	AMOSTRA.....	86
4.4	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	88
4.5	VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	93
<b>4.5.1</b>	<b>Validade de conteúdo da escala</b> .....	93

<b>4.5.2</b>	<b>Verificação da consistência interna da escala.....</b>	<b>94</b>
<b>4.5.3</b>	<b>Teste da validade de constructo da escala.....</b>	<b>95</b>
<b>4.6</b>	<b>TRATAMENTO DOS DADOS.....</b>	<b>101</b>
<b>4.6.1</b>	<b>Linhas de análise.....</b>	<b>101</b>
4.6.1.1	Análise de frequência dos atributos em estudo.....	101
4.6.1.2	Procedimento para calcular os índices de atributos do perfil empreendedor.....	102
4.6.1.3	Análise da correlação entre os grupos de atributos.....	103
4.6.1.4	Análise da influência do nível de escolaridade e das faixas de idade sobre os índices de perfil empreendedor dos motoristas.....	104
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>105</b>
5.1	ANÁLISE DE FREQUÊNCIA CONSIDERANDO A AMOSTRA GLOBAL.....	105
5.2	ANÁLISE DE FREQUÊNCIA CONSIDERANDO A AMOSTRA ESTRATIFICADA.....	110
5.3	ESTATÍSTICA DESCRITIVA DOS ÍNDICES DOS ATRIBUTOS DO PERFIL EMPREENDEDOR DE MOTORISTAS RODOVIÁRIOS DE CARGAS CONSIDERANDO A AMOSTRA GLOBAL.....	117
5.4	ANÁLISE DE VARIÂNCIA PARA OS ÍNDICES DE ATRIBUTOS DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS CATEGORIAS DE MOTORISTAS RODOVIÁRIOS DE CARGAS ESTRATIFICADAS POR CATEGORIAS.....	118
5.5	ANÁLISE DE CORRELAÇÃO ENTRE OS ATRIBUTOS.....	121
5.6	ANÁLISE DE VARIÂNCIA DE COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DOS ÍNDICES DE PERFIL EMPREENDEDOR CONSIDERANDO OS NÍVEIS DE ESCOLARIDADE DOS MOTORISTAS.....	122
5.7	ANÁLISE DE VARIÂNCIA DE COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DOS ÍNDICES DE PERFIL EMPREENDEDOR CONSIDERANDO AS FAIXAS DE IDADE DOS MOTORISTAS.....	125
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>127</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>133</b>
	<b>APÊNDICE - A.....</b>	<b>149</b>
	<b>APÊNDICE - B.....</b>	<b>150</b>



<b>APÊNDICE - C</b> .....	151
<b>APÊNDICE - D</b> .....	152
<b>APÊNDICE - E</b> .....	153
<b>APÊNDICE - F</b> .....	154
<b>APÊNDICE - G</b> .....	155

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, assim como o perfil empreendedor, e as razões que levam à ação de empreender são temas de muitos pesquisadores na área da administração. Pesquisas voltadas ao estudo dos tipos de empreendedor, as causas do sucesso de determinados empreendimentos e as variáveis que influenciam o processo empreendedor dão origem a novas linhas de pesquisa e novos modelos a serem estudados.

O conceito de empreendedorismo é subjetivo, isso ocorre em razão das diferentes concepções, ainda não consolidadas sobre o tema, e também pelo fato de ser um assunto, em que os estudos e pesquisas começaram a tomar corpo apenas a partir da década de 90. No Brasil, principalmente com a abertura da economia e com a necessidade de empresas de diversos setores terem que se modernizar para competir.

Pesquisadores e acadêmicos interessados nos estudos referentes ao empreendedor e ao empreendedorismo não têm medido esforços para estudar esse fenômeno na atualidade. Há, nesse campo de estudo, uma ausência de consenso a respeito do empreendedor e das fronteiras desse paradigma (NASSIF *et al.*, 2010b).

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), apesar de todo o interesse da comunidade científica, ainda não surgiu uma definição concisa e universalmente aceita. Isso por que o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo.

O cenário empresarial e profissional nos dias de hoje mostra uma realidade em que as pressões dos mercados obrigam empresas a reduzirem custos, e profissionais a estarem cada vez mais capacitados, induzindo-os para o lado empreendedor do talento e da aprendizagem.

Muito desse empreendedorismo se dá por necessidade, mas também por oportunidade, por meio das inovações ou da identificação de necessidades não atendidas pelo mercado, que se transformam em novos produtos ou serviços (HASHIMOTO, 2010a).

A importância do indivíduo empreendedor no cenário econômico e social aumenta, ao passo que diminui a oferta de emprego. Estudos procuram compreender o padrão comportamental dos empreendedores e suas características,

Schmidt e Bohnenberger (2009), Hisrich, Peters e Shepherd (2009); Armond e Nassif (2009), bem como sua genética, de modo a compreender a relação indivíduo e oportunidade.

O empreendedorismo é um conceito amplo e deve estar presente em todos os setores da economia. Um dos setores que possui relevante importância para o crescimento do país é o de transporte rodoviário de cargas, que tem posição de destaque no processo de globalização da atualidade. Segundo Caixeta Filho e Martins (2001), deve ser visto como o desejo que permite ao país tornar-se competitivo internacionalmente.

Apesar de todos os esforços no sentido do desenvolvimento de novas pesquisas referente ao empreendedorismo, para o setor de transporte de cargas não se identificam pesquisas relevantes especificamente para o campo do perfil empreendedor, a não ser a de Bertolazzi (1998), que estudou sobre os fatores que influenciam as decisões de motoristas a passarem da condição de autônomos para empresários.

O setor de transporte rodoviário de cargas vive um momento delicado no tocante à falta de mão de obra, principalmente na função de motorista. As transportadoras vêm sentindo a escassez da mão de obra qualificada no setor, onde a taxa de ociosidade de veículos cresce enquanto o desinteresse pela atividade passa a se tornar uma tendência.

Pesquisa realizada no primeiro semestre de 2010 mostra que 54,3% das empresas ouvidas alegaram que deixaram de atender mais clientes por falta de veículos ou mão de obra (REIS, 2010).

As operações de transporte rodoviário de cargas são executadas pelo profissional denominado motorista, função da qual o setor depende de forma significativa, pois todo veículo precisa desse profissional para ser operado. Existem três categorias em que os motoristas se enquadram: funcionários, agregados e autônomos (CHAHAD e CACCIAMALI, 2005).

Em razão da importância desse profissional para o segmento de transporte, o objeto deste estudo é a comparação do perfil empreendedor das três categorias de motoristas, baseado no modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009), com o objetivo de identificar em qual das categorias de motorista mais se manifesta o perfil empreendedor.

O objetivo geral deste estudo está relacionado diretamente ao problema de pesquisa, que procura responder à seguinte indagação: em qual categoria de motorista predomina o perfil empreendedor?

Schmidt e Bohnenberger (2009), em uma pesquisa que contempla os estudos de diversos autores da literatura, procuraram ampliar a base conceitual sobre o perfil empreendedor. A partir de onde foram extraídas características atitudinais comuns, que compõem o perfil empreendedor, como: autoeficaz; assume riscos calculados; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador; e líder.

Por meio desses oito atributos, elencados por Schmidt e Bohnenberger (2009), pretende-se, nesta pesquisa, identificar o perfil empreendedor de motoristas funcionários, agregados e autônomos, e analisar o padrão intrínseco de correlação entre os atributos que compõem o perfil empreendedor.

## 1.1 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Segundo o anuário NTC&Logística (2010-2011), o setor de transporte rodoviário de cargas configura-se como de importância significativa dentre os segmentos econômicos do país, representando 5,6% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2010. Dentre os profissionais que atuam nesse segmento da economia, Santos (2007) aponta a profissão de motorista como a mais importante, por operar os caminhões de transporte.

Ao mesmo tempo em que a função de motorista mostra relevante importância, o setor de transporte vive uma dura realidade com a escassez de mão de obra. Segundo o presidente da NTC&Logística, Flávio Benatti, essa realidade pode representar um verdadeiro colapso para o setor, já que estimativas apontam para a existência de um déficit no país de pelo menos de 120 mil motoristas, e não há interesse dos jovens por essa profissão (NTC&LOGÍSTICA, 2011).

De maneira geral, não existem empreendedores disponíveis em todos os lugares. Isso ocorre por que nem todas as pessoas estão dispostas a correr riscos, a serem persistentes, ou ainda a acreditar em algo muitas vezes imperceptível aos

olhos de outros. Conhecer as características e o comportamento empreendedor faz-se necessário para os gestores das organizações e para todos os indivíduos que desejam abrir um negócio ou não.

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009), existem quatro aspectos básicos para ser um empreendedor: criatividade, independência, riscos e recompensas. Para Dolabela (1999, p. 70), não é mais relevante, nos meios científicos, a tese de que o empreendedor é fruto da herança genética. O importante é saber se é possível aprender a ser empreendedor:

E por que a preocupação em identificar as características do empreendedor de sucesso? Para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas. Ou seja, as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas.

Segundo Cunha e Ferla (1997), o empreendedor é alguém que define metas, busca informações e é obstinado. Embora muitos adquiram essas características sem precisar frequentar cursos, há a firme convicção de que elas podem ser desenvolvidas e lapidadas.

Dada a importância da profissão de motorista para o setor de transporte rodoviário de cargas, e deste para o país, relacionada à importância teórica da identificação do perfil empreendedor, esta pesquisa se justifica, e, para tal, utiliza-se do modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009) considerando os atributos do empreendedor: autoeficaz; assume riscos calculados; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador; e líder.

Sob o ponto de vista acadêmico, o estudo pretende contribuir no sentido de fomentar o debate da contribuição teórica da ação do empreendedorismo e a visão comportamentalista relacionada aos empreendedores, especificamente no setor de transporte rodoviário de cargas.

O aspecto que pode garantir a originalidade desta pesquisa é o fato de não haver estudos, na linha do empreendedorismo, relacionados à identificação do perfil empreendedor, e focados em estudar esse setor.

Como há três categorias de motoristas a estudar: funcionários, agregados e autônomos, este estudo pretende alinhar os conceitos de empreendedorismo e

intraempreendedorismo. Identificar a relação entre as características do perfil empreendedor e os motoristas agregados e autônomos, e as características do intraempreendedor com os motoristas funcionários.

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Com base nas considerações até aqui apresentadas pretende-se identificar e analisar neste estudo, sob o arcabouço conceitual, o perfil e as características atitudinais do empreendedor de forma a responder à seguinte pergunta:

- em qual categoria de motoristas predomina o perfil empreendedor?

## 1.3 HIPÓTESES

A proposta deste estudo está centrada no desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa, que, segundo Creswell (2010, p. 26), “é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre variáveis”. De acordo com o autor:

os pesquisadores que se engajam nessa forma de investigação têm suposição a respeito da testagem dedutiva de teorias, sobre a criação de proteção contra vieses, sobre o controle de explicações alternativas e sobre sua capacidade para generalizar e para replicar os achados.

O autor menciona, também, que as questões da pesquisa quantitativa investigam as relações entre as variáveis que o investigador procura conhecer, e que as hipóteses quantitativas, por outro lado, são previsões feitas pelo pesquisador quanto às relações esperadas entre as variáveis.

Nesta pesquisa as hipóteses definidas são:

h1 - as características empreendedoras são encontradas com maior frequência em motoristas autônomos do que em motoristas agregados e funcionários; e

h2 - há correlação entre os atributos que compõem o perfil empreendedor proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009).

## 1.4 OBJETIVOS

### 1.4.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é o de identificar em qual das categorias de motoristas mais se manifesta o perfil empreendedor, delimitado especificamente no setor de transporte rodoviário de carga da cidade de Campinas/SP.

### 1.4.2 Objetivos Específicos

Identificar dentre os atributos propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), que compõem o perfil empreendedor em estudo, quais são mais predominantes em cada tipo de motorista, e analisar se existe:

- uma correlação entre os atributos que compõem o perfil empreendedor proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009);
- influência do nível de escolaridade sobre o perfil empreendedor dos motoristas; e
- influência das faixas de idade sobre o perfil empreendedor dos motoristas.

## 1.5 ESTRUTURA DO ESTUDO

Este estudo se desenvolveu em seis capítulos.

O primeiro traz a introdução, com a justificativa, problema, hipóteses, objetivo geral e objetivos específicos.

O segundo capítulo apresenta a revisão de literatura, abordando o setor em estudo: as definições e as principais características das categorias de motoristas, além do cenário atual do setor de transporte rodoviário de cargas, principalmente no que diz respeito a falta de mão de obra.

O terceiro capítulo aborda o empreendedorismo. Traz também um aprofundamento acerca dos atributos que compõem o perfil empreendedor propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), e explicações referentes ao empreendedor autônomo e ao intraempreendedor.

O quarto capítulo descreve a metodologia utilizada, com informações relativas à construção da pesquisa e validação do questionário, apresentando todos os passos da utilização do *software* SPSS 11.x, o processo de coleta de dados, e os métodos de análise de dados utilizados no *Univariate* do SAS (SAS, Inst. Inc., Cary, NC).

O quinto capítulo traz a análise dos dados coletados, dos níveis de frequência entre as três categorias de motoristas, dos oito atributos do perfil empreendedor, a correlação entre esses atributos, e a influência dos fatores socioambientais de escolaridade e idade.

O sexto e último capítulo encerra o estudo com as Considerações Finais, avaliando os conceitos examinados, comparando à literatura estudada, além das colocações relacionadas ao atendimento aos objetivos propostos, e a resposta à questão abordada.



## 2 CATEGORIAS DE MOTORISTAS DO TRANSPORTE DE CARGAS

É comum no setor de transporte rodoviário de cargas a atuação de três formatos para a função de motorista: funcionário, autônomo e agregado. Segundo Araujo (2008b, p. 4):

O motorista funcionário é aquele que possui um vínculo empregatício formal, temporário ou não, baseado na CLT, contratado por uma empresa, seja ela do setor de transporte, logística ou portadora da mercadoria a ser transportada. Esse tipo de motorista não possui o meio de trabalho, o caminhão, quanto menos o objeto do trabalho é de sua propriedade, que é a mercadoria a ser transportada. É considerado um trabalhador como outro qualquer.

De acordo com Chahad e Cacciamali (2005), o motorista autônomo possui veículo próprio, trabalha para várias empresas e é contratado diretamente do mercado para viagens isoladas, de forma individualizada. Já o motorista agregado é definido por Moreno e Rotenberg (2009) como proprietário de veículo próprio de transporte, que trabalha de forma exclusiva para uma empresa de transporte rodoviário de cargas.

Moreno e Rotenberg (2009) citam que na prática ocorre que ambos, autônomo e agregado, trabalham de forma autônoma. A diferença é que aquele que recebe a denominação de autônomo trabalha para várias empresas com prestação de serviços pontuais, enquanto o chamado agregado trabalha vinculado a uma empresa por tempo determinado.

Em relação ao transporte rodoviário de cargas, Keedi (2003) explica que é normalmente operacionalizado por meio de equipamentos rodoviários usualmente denominados caminhão e carreta.

O autor comenta que o conjunto desse equipamento é formado por duas partes: uma delas chamada cavalo mecânico (caminhão), composto por cabine e equipamentos responsáveis pela tração do conjunto, dentre eles o motor; e a outra parte é chamada carreta, ou semirreboque, compartimento que acondiciona a carga, não possui força de tração e é transportada pelo cavalo mecânico. Ambas as partes formam um conjunto transportador.

Além das diferenças já mencionadas por Chahad e Cacciamali (2005) e Moreno e Rotenberg (2009), outra apontada por Silva (2011) é que os agregados normalmente utilizam o seu próprio cavalo mecânico, usando a carreta da empresa para a qual trabalham de maneira exclusiva, enquanto que os motoristas autônomos utilizam apenas seus próprios equipamentos.

Chahad e Cacciamali (2005) consideram que a contratação de agregados apresenta um formato de operação em que existe um seccionamento dos equipamentos: a empresa de transporte rodoviário de cargas fornece e faz a manutenção do semirreboque (carreta) e dos pneus, enquanto que o agregado fornece e faz a manutenção do cavalo mecânico (caminhão).

Ainda em relação ao aspecto operacional, Chahad e Cacciamali (2005) afirmam que em determinadas situações em que a operação de descarga esteja sujeita a um tempo elevado para ocorrer, normalmente o motorista agregado deixa o semirreboque (carreta) na empresa onde a descarga irá ocorrer, e fica liberado para ir buscar outra carga em outro local.

O formato de contratação do agregado é considerado por Santos (2007) um sistema que possibilita o aumento da capacidade operacional de transporte da frota das empresas sem vincular recursos financeiros na compra de caminhões. A empresa de transporte investe apenas para disponibilizar semirreboques e oferecê-los aos motoristas interessados em agregá-los aos seus veículos (cavalo mecânico).

O autor considera que o motorista agregado se torna um complemento da frota das transportadoras, visto que opera de forma exclusiva para as empresas, por períodos indeterminados de tempo.

Por outro lado, em relação à contratação de motorista autônomo, Santos (2007) menciona que esse formato ocorra apenas para viagens pontuais, pré-determinadas, quando todos os equipamentos utilizados são de propriedade do motorista. A empresa de transporte não fornece nenhum tipo de equipamento, e a prestação do serviço, nesse caso, acontece com a definição prévia dos valores do frete.

De acordo com a revista Pirelli Club Truck (2010), os motoristas autônomos podem ser considerados um percentual significativo de mão de obra para as transportadoras, principalmente nas épocas de sazonalidade. É o caso da safra da agricultura e do aumento de demanda por certos produtos em determinadas épocas do ano, como a safra da cana-de-açúcar, da batata, o Natal, a Páscoa. São períodos

em que somente a frota de veículos da transportadora não seria suficiente para atender as necessidades de demanda de mercado.

No tocante às características mais específicas do motorista autônomo, para Danilevicz *et al.* (2003) grande parte possui capacidade técnica limitada, baixo grau de instrução e não dispõe de estrutura de apoio adequada às necessidades de seus clientes na prestação de serviços.

Em decorrência dessas características há uma restrição significativa de acesso ao transporte de mercadorias de alto valor agregado, com valores de fretes mais atraentes. Acaba restando ao motorista autônomo o transporte de mercadorias de baixo valor agregado, e ainda sob pressão do mercado para reduzir ainda mais esse valor.

A participação do motorista autônomo na oferta total do serviço de transporte de carga é difícil de estimar, pois muitos são contratados pelas empresas de transporte na condição de agregados.

Uma indicação da relevância do segmento pode ser dada pela representatividade de sua frota: segundo dados da Agência Nacional de Transporte Terrestre - ANTT (2011), 47% dos veículos de carga estão registrados como autônomos no Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Cargas (RNTRC), como ilustra a Tabela 1.

Tabela 1 – Registro Nacional Transportadores Rodoviários de Carga  
**Transportadores e Frota de Veículos**

<b>Tipo de transportador</b>	<b>Registros Emitidos</b>	<b>Veículos</b>	<b>Veículos/Transportador</b>
<b>Autônomo</b>	527.105	735.037	1,3
<b>Empresa</b>	97.531	837.598	8,6
<b>Cooperativa</b>	268	11.299	42,2
<b>Total</b>	624.904	1.583.934	2,5

Fonte: ANTT (2011)

Com base nas informações contidas na Tabela 1 pode-se concluir que a maioria dos transportadores autônomos é proprietária de apenas um veículo, visto que o índice veículos/transportador é de 1,3.

Segundo Tedesco *et al.* (2011) a categoria de autônomos representa a maior parcela dos transportadores rodoviários de cargas, onde a participação de autônomos, no total de transportadores, é de 84% enquanto seus veículos representam aproximadamente 50% da frota total.

Castro (1988) aponta para a ocorrência de migrações do profissional motorista dentro do setor de transporte rodoviário de cargas. O autor afirma que a abertura de novas empresas de transporte se dá pela migração de motoristas autônomos para a condição de empresa, e que há indícios de que a entrada de novos profissionais autônomos ocorra, predominantemente, pela evolução do motorista funcionário à situação de autônomo.

Outra pesquisa que indica existir uma tendência evolutiva na profissão de motorista no setor de transporte rodoviário de cargas é a realizada por Bertolazzi (1998), que aponta existir três fases: do empregado, do autônomo, e do empresário, conforme Figura 1.

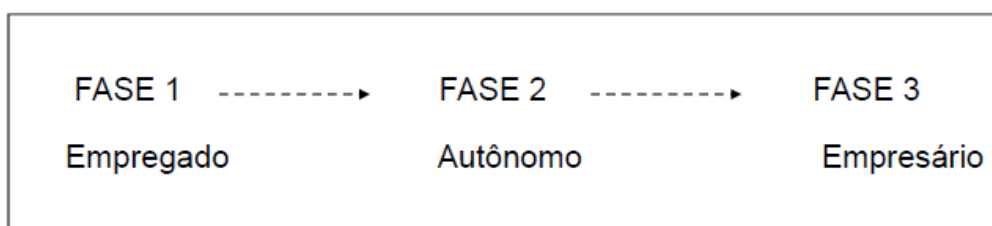


Figura 1 – Fases de evolução da profissão de motorista rodoviário de cargas.  
Fonte: Adaptada de Bertolazzi (1998)

A pesquisa de Bertolazzi (1998) apontou a intuição e a influência de outras pessoas, como fatores motivadores para motoristas tomarem a decisão de migrarem de uma posição para outra dentro do setor.

Já estudos mais contemporâneos apontam para outras realidades. Segundo Pesquisa da Confederação Nacional do Transporte (CNT), realizada pela CEL/COPPEAD da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) (2006), no setor de transporte rodoviário de cargas existem pequenas barreiras que impedem a entrada desses profissionais, e altas barreiras que dificultam a sua saída.

De acordo com essa pesquisa, o nível de escolaridade e a formação profissional do motorista autônomo geram barreiras para a saída desse profissional do setor, em razão da dificuldade em encontrar oportunidades em outros setores.

Santos (2007), também corrobora quanto à existência de poucas barreiras para entrantes no setor, pois o motorista autônomo, juridicamente portador de sua principal ferramenta de produção, o caminhão, sempre figurou no setor de transporte de carga, atuando de forma independente no mercado como prestador de serviços.

O autor destaca que nas duas últimas décadas ocorreram mudanças, e se tem observado que o profissional, para operar no mercado com melhores oportunidades, teve que se associar a alguma cooperativa ou vincular-se a alguma empresa de transporte de carga, diminuindo a atuação de forma independente. Em síntese, tornando-se um motorista agregado.

A migração do motorista autônomo para a condição de agregado também foi abordada pela revista Carga Pesada (2010). Em sua edição de número 105, a revista exhibe reportagem que caracteriza a migração do motorista autônomo para cooperativas de transportadores de carga:

Cada vez mais, caminhoneiros escolhem este caminho: a união por cooperativas. E tem sido uma ótima maneira de assegurar trabalho com um rendimento digno. Quantos caminhoneiros conseguem ganhar no mínimo R\$ 5 mil mensais limpinhos hoje em dia? Poucos, não é? Entre eles está um grupo de caminhoneiros de Mauá (SP) que descobriram o segredo do sucesso: o cooperativismo. Eles fazem parte da Cooperativa de Transporte de Cargas Químicas e Corrosivas de Mauá, uma das mais rentáveis do Brasil. (CARGA PESADA, n° 105, s/d)

O crescimento no número de motoristas autônomos no setor de cargas ao longo do tempo é justificado por Santos (2007). Trata-se da necessidade mundial de busca por maior lucratividade e redução de custos, por parte das empresas de transporte de cargas, aliada à falta de barreiras para entrantes no setor de transportes.

Segundo o autor, com as mudanças nos formatos logísticos o transportador transformou-se em operador logístico e a terceirização passou a ser prática comum,

consequentemente influenciando no crescimento do número de trabalhadores autônomos no setor de cargas:

Do nosso ponto de vista, a explicação mais comumente aceita é a quase inexistência de barreiras à entrada de novos empresários no setor, que teria permitido o crescimento dos trabalhadores por conta própria no transporte. Objetivamente, também a estratégia das empresas, no sentido de se desfazer de parte da frota e terceirizar serviços, contribuiu para a ampliação do número de motoristas carreteiros rodando pelo país. Do ponto de vista das empresas grandes, podemos notar que este fenômeno resultou em custos operacionais menores. (SANTOS, 2007, p. 144)

O assunto é abordado de maneira ainda mais específica por Araújo (2008a). A autora observa que as empresas de transporte de carga, durante os períodos de maior volume optam por contratar profissionais registrados por período temporário, que utilizam seus próprios caminhões. Esses motoristas operam os veículos das transportadoras para as viagens de maior rentabilidade, sendo repassado para os autônomos serviços em condições menos favoráveis de rentabilidade, fator que contribui para desarticular politicamente essa categoria.

Após abordagem referente ao motorista autônomo e ao agregado faz-se necessário destacar o motorista funcionário, categoria anteriormente definida por Araújo (2008b, p.4) que complementa:

Ele é um trabalhador como outro qualquer, não detém os meios de produção para realizar um processo de trabalho, nem os meios de subsistência da vida. Mas possuidor de sua força de trabalho a vende ao portador dos meios de produção e subsistência, o capitalista do transporte, desempenhando uma atividade específica dentro da empresa em troca de salário. Apresenta, portanto, diretamente uma relação de assalariamento; se recebe por salário fixo, proporcional ao número de carga transportada, ou por pela média quilômetro/tonelada/hora, em nada altera a questão.

No que diz respeito às atividades operacionais do motorista funcionário, Moreno e Rotenberg (2009) mencionam que basicamente constituem-se na execução do carregamento do caminhão na transportadora, ou em outra empresa qualquer; a condução do veículo; a entrega das mercadorias; e a realização de novo

carregamento e nova entrega se a jornada de trabalho permitir. Isso por que o tempo de permanência com cada cliente é variável, já que os motoristas dependem da programação das empresas que recebem as cargas, aguardando autorização para carregar ou descarregar.

Moreno e Rotenberg (2009) definem ainda dois perfis de motoristas: aquele que é responsável pela entrega e coleta de mercadorias na região de sua sede, ou no máximo em municípios vizinhos, e o que realiza viagens a longas distâncias, com destino a outras regiões do país.

Os primeiros, que fazem viagens curtas, normalmente trabalham durante o dia. Já no segundo caso o motorista dirige muitas horas à noite, sem uma escala preestabelecida, e com grande pressão para cumprimento de horários.

No tocante à autonomia, Santos (2007) relata que o motorista funcionário se aproxima, em termos de liberdade, do motorista autônomo, mas como há um vínculo formal com uma empresa de transporte, o profissional não pode escolher o seu destino, o que limita a sua liberdade de trabalho.

Em relação a esse assunto Silva (2011, p. 155) é mais enfática. A autora realizou uma pesquisa cujos resultados apontaram que o motorista funcionário não tem autonomia quanto à escolha de rotas e destinos das viagens, conseqüentemente não possui controle sobre sua atividade. Todas as definições são dadas exclusivamente pelas empresas:

Os participantes revelam o desconhecimento dos destinos das viagens. De acordo com os trabalhadores contratados, a empresa determina a rota e não os comunica, nem dispõe de uma lousa que informe aos motoristas os destinos de viagem que irão realizar. Os trabalhadores ainda relatam que a empresa, ao saber que os motoristas conhecem bem determinada rota, costuma enviar os trabalhadores para o mesmo local.

A falta de autonomia, segundo Sato<sup>1</sup> (1991) *apud* Silva (2011), torna a atividade penosa, pois o motorista não detém o direito de escolha sobre suas próprias ações, o que pode causar prejuízo à sua saúde física e mental.

---

<sup>1</sup> SATO, L. **Abordagem psicossocial do trabalho penoso: estudo de caso de motoristas de ônibus urbano**. 1991. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Psicologia Social PUC-SP, São Paulo, 1991.

## 2.1 FORMA DE REMUNERAÇÃO

Um fator importante na análise do setor de transporte rodoviário é entender a forma de remuneração ou a definição do preço do frete a ser cobrado, e compreender de que modo esse valor pode ser estabelecido.

Uma das formas se resume em definir o valor do frete a partir de negociação, entre o dono da carga, que é chamado no mercado de embarcador, e o transportador, que se configura como uma empresa ou autônomo. Sob o ponto de vista do transportador o frete é visto como a remuneração a ser recebida pelo serviço prestado, e do ponto de vista do embarcador é a importância que ele está disposto a pagar pela obtenção do serviço (SANTOS, 2007).

Segundo Teixeira Filho e Sinay (2002), para a determinação do valor de um frete geralmente devem ser seguidas duas etapas. A primeira é a fixação do preço básico, considerando-se todos os custos envolvidos, e na posterior deve ser mensurado o valor de administração, considerando os fatores específicos, como o tipo de serviço, quantidade, e período, entre outros.

Teixeira Filho e Sinay (2002) afirmam que existem outros aspectos que devem ser considerados na definição do valor do frete, como o tipo de carga a ser transportada e as distâncias entre a origem e o destino.

Os autores ainda complementam, de que há um fator importante que muitas vezes não se consegue operacionalizar na prática: a possibilidade de conseguir uma carga de retorno. Isso significa que se o motorista autônomo não conseguir uma carga na viagem de retorno para sua base, ele terá como receita apenas o frete da viagem de ida, o que constitui uma grande barreira para os transportadores.

Silva (2011) endossa essa mesma tese, de que o fato de não conseguir retornar com o caminhão carregado é visto pelos motoristas autônomos como um grande prejuízo, pois os custos da viagem de ida e volta se diluem com o valor do frete apenas da ida, aumentando os custos.

Além disso, alguns veículos possuem características específicas e só podem ser utilizados para transportar determinados tipos de produtos, como, por exemplo, os caminhões de produtos perigosos, químicos e derivados de petróleo, e os frigoríficos, que não podem transportar qualquer tipo de carga e na maioria das vezes retornam vazios para a origem (SANTOS, 2007).



Uma fonte de consulta e de referência direcionada para motoristas autônomos é a revista Guia do TRC. Apresenta uma tabela referencial, denominada Central de Custos e Formação de Preços de Transportes, com valores de fretes, e disponibiliza informações como preços dos insumos; planilha de custo operacional; tabelas referenciais de fretes; indicadores; e componentes da tarifa de frete.

Essa revista aponta que nem todos os caminhoneiros autônomos conseguem obter essas informações, pois muitos não possuem acesso a um computador e sequer dominam as ferramentas da informática.

A evidência de que os transportadores enfrentam um nível de concorrência muito elevado no setor é defendida por Araújo e Muller (2007). Para os autores, os valores dos pedágios, a idade elevada da frota, e a característica de ser uma atividade bastante pulverizada geram influências significativas.

Os autores acreditam também que o fato do serviço de transporte de carga ser realizado na grande maioria dos casos, por pequenas empresas e motoristas autônomos, faz com que o valor do frete e, na maioria das vezes principalmente para o autônomo, ocorra abaixo de seus custos, mantendo-se constantemente em déficit.

Todo esse cenário é confirmado por Hijjar (2008), do Instituto de Logística *Supply-Chain* (ILOS) (2008), quando comenta que o cenário de elevada oferta, poucas exigências para operação, e baixa fiscalização levou à redução da qualidade dos serviços prestados e deprimiu os preços do frete por caminhão.

Conforme já mencionado, o setor possui baixas barreiras de entrada e altas barreiras de saída, afirmação que é corroborada por um estudo feito pelo CEL/COPPEAD (2002), indicando que esse cenário resulta em maior oferta de demanda.

O estudo do CEL/COPPEAD (2002) aponta que o aumento da oferta força a queda dos valores dos fretes tornando mais difícil a captação de cargas. Pressionado pelos preços baixos e pela ociosidade, o transportador autônomo é levado a práticas de concorrência predatória, com situações de excesso de peso na carga; de horas trabalhadas; de velocidade nas rodovias; e falta de manutenção adequada no seu veículo.

O estudo aponta ainda que os excessos de carga e de velocidade influenciam de forma a aumentar a capacidade instalada, reduzindo ainda mais o preço e originando um círculo vicioso, conforme Figura 2. Em contrapartida, esse cenário

acaba afetando também as próprias empresas de transporte, levando-as a dependerem cada vez mais dos transportadores autônomos que, por sua vez, se veem obrigados a manter a cobrança de fretes cada vez mais baixa.

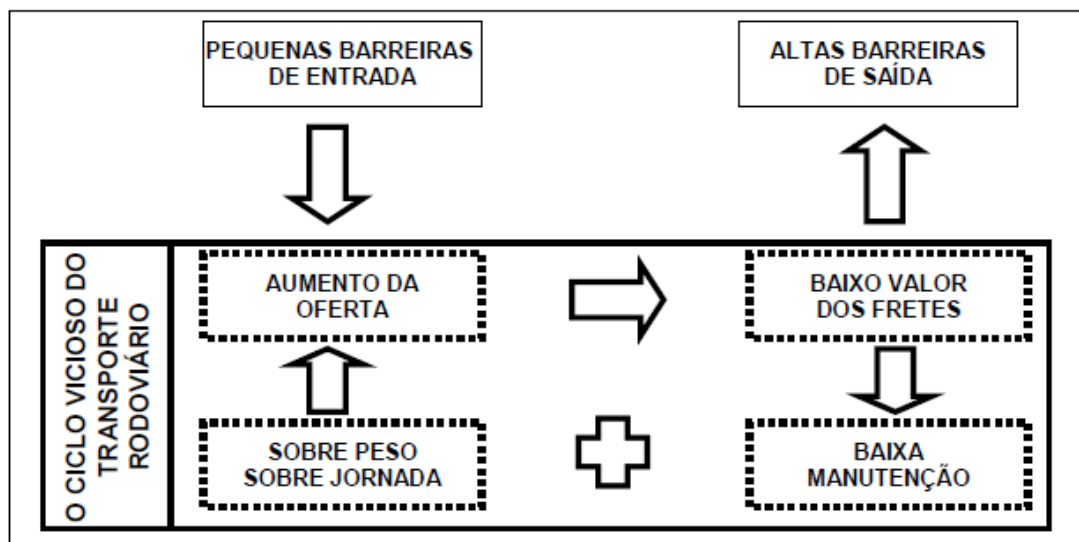
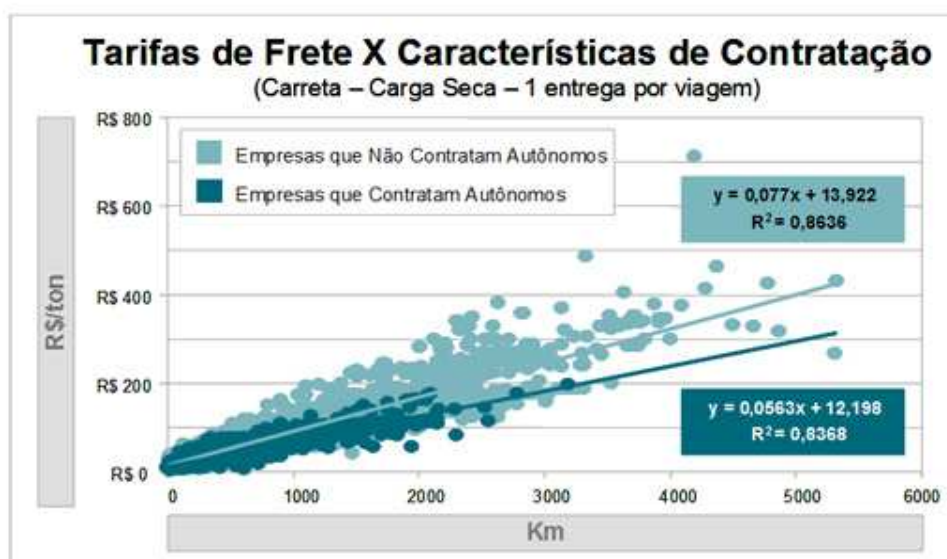


Figura 2 – Ciclo vicioso do transporte rodoviário de cargas  
Fonte: CEL – COPPEAD (2002)

Conforme Hijjar (2008), outro estudo desenvolvido pela CEL/COPPEAD (2006), identificou que as empresas usuárias de serviços de transporte têm como política contratar caminhoneiros autônomos, pagando um valor baixo pelos fretes. O Instituto elaborou cálculos com informações fornecidas por empresas contratantes de serviços de transportes. As duas curvas de frete apresentadas na Figura 3, a seguir, resumem os preços pagos em R\$/ton para diferentes distâncias percorridas.

Hijjar (2008) menciona que os dados do CEL/COPPEAD (2006) mostram que a reta de menor inclinação é a que representa os valores de preços mais baixos, que engloba as empresas que têm como política utilizar autônomos em parte ou na totalidade das movimentações realizadas. Já a reta, com maior inclinação, representa os parâmetros das empresas que não utilizam autônomos no transporte de suas cargas.



Fonte: Painel de Fretes – CEL/COPPEAD (2006)

Figura 3 – Tarifas de frete x características de contratação  
Fonte: CEL/COPPEAD (2006)

A análise dos dados, feita pelo CEL/COPPEAD (2006) e mostrados na Figura 3, aponta que as empresas quando contratam motoristas autônomos operam com valores de fretes mais baixos, indicando que os valores praticados por motoristas autônomos são mais baixos do que os praticados pelas empresas de transporte.

Chahad e Cacciamali (2005) relatam que os formatos de contratação no setor de transporte de cargas ocorrem fundamentalmente por uma ligação que pode ser chamada de subcontratação, em que a tendência é a terceirização dos motoristas por contratos firmados por serviços efetuados.

Em praticamente todos os casos, o motorista é legalmente separado da empresa, mas continua a desempenhar, essencialmente, o mesmo trabalho, numa posição de efetiva dependência em relação ao empregador. A diferença agora é que o motorista é autônomo, devendo arcar com os custos de manutenção do veículo e sem qualquer proteção trabalhista. (CHAHAD E CACCIAMALI, 2005, p.6)

Os autores sugerem que essa prática pode interferir no crescimento da atividade do motorista autônomo ao longo do tempo, pois com essa forma de contratação as empresas conseguem reduzir seus custos fixos, visto que manter um motorista funcionário resulta em um custo mais elevado, em razão dos encargos trabalhistas na folha de pagamento.

Pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Transporte (CNT) (2002) aponta que os motoristas autônomos, em sua maioria, trabalham mais de 11 anos no setor, e que mais de 60% ocupam a faixa etária de 18 a 30 anos. A pesquisa mostrou, ainda, que a maioria deles cumpre, com frequência, elevada jornada de trabalho diária. Em relação à forma de contratação os resultados mostraram que:

- 53,1% dos motoristas autônomos estão na condição de autônomo-contratado;
- 33,5% se encontram na condição de autônomo-agregado em empresas de transporte;
- 12,5% estão agregados em outras empresas; e
- motorista autônomo sem qualquer contrato, negociando livremente as oportunidades de frete: menos de 1%.

Para Santos (2007) há algumas diferenças na forma de remuneração. O motorista autônomo normalmente é remunerado por quilômetro rodado, ou então pelo peso ou volume de carga, na maioria dos casos sem considerar um cálculo sequer aproximado dos custos inerentes à viagem. Já o motorista funcionário, pelo fato de possuir vínculo empregatício formal, normalmente é remunerado mediante um salário mensal, e em alguns casos recebe gratificações que são vinculadas à sua produtividade nas viagens.

O autor conclui que os motoristas autônomos para conseguirem auferir margens de lucratividade satisfatórias necessitam: a) trabalhar com grandes jornadas de trabalho; b) realizar viagens constantes ao longo do mês; e c) restringir despesas diversas, em razão de operar com valores de fretes muito baixos.

Moreno e Rotenberg (2009) afirmam que para o motorista agregado quanto maior o tempo gasto para entregar ou coletar a mercadoria pior, pois seu pagamento depende do número de entregas/coletas realizadas. Para o motorista funcionário, o tempo de espera nos clientes pode significar hora extra, mas a criação de um banco de horas limitando o número de horas extras pagas pela empresa gerou

insatisfação. O excedente das horas trabalhadas é contabilizado para que o motorista troque por horas de folga.

Silva (2011, p. 98) relacionou o formato de remuneração dos motoristas com o seu modo de vida social. A autora julga que a remuneração por comissão impõe um difícil ritmo de trabalho àqueles que necessitam se submeter a tal processo:

A dinâmica – trabalhar para ganhar – provoca repercussões na vida profissional e social dos indivíduos. No âmbito do trabalho, as relações podem ser prejudicadas na medida em que a competição entre os trabalhadores para ver quem faz mais viagens aumenta.

De acordo com a autora, na esfera social e familiar o motorista autônomo também tem suas relações delimitadas pela demanda do trabalho, visto que o tempo dedicado à família e amigos é breve; é o período entre a entrega concluída e a próxima.

Pode-se perceber que o crescimento da categoria de transportadores autônomos se deu ao longo do tempo, relacionado às modificações estruturais pelas quais o setor passou no que tange, principalmente, ao aparecimento dos operadores logísticos e à adoção de práticas de terceirização, visando à adequação de custos, inclusive com o surgimento do formato de contratação de motoristas através da categoria de agregados.

Além de todos esses fatores, o crescimento da categoria de autônomos pode estar relacionado a outra vertente, do interesse dos indivíduos em empreender e se tornarem motoristas autônomos.

Todo este cenário sugere também diferenças de perfil empreendedor entre as três categorias de motoristas em estudo, suscitando a indagação relacionada ao problema desta pesquisa: em qual categoria de motorista predomina o perfil empreendedor?

### 3 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo, ao longo do tempo, tem sido foco de estudos recorrentes no mundo acadêmico, mas mesmo com tantos estudos e pesquisas realizadas, o comportamento, as escolhas, e os aspectos que formam a figura do empreendedor ainda são questões emergentes nas universidades.

Grande parte das discussões referentes ao empreendedorismo tem foco na construção de um negócio próprio ou de um novo negócio, porém o comportamento empreendedor pode sinalizar para escolhas ao longo da vida.

Percebe-se, também, que muitos autores como Schumpeter (1934) e Kuratko e Hodgetts (1998), estudam empreendedorismo e destinam um tratamento ao tema sob um ponto de vista bastante otimista, destacando a importância do indivíduo empreendedor para a economia, e discutindo as formas que podem levar a um negócio viável e de sucesso.

Vérin (1982) examinou a origem e evolução da palavra *entrepreneur*, que adquiriu seu significado atual no século XVII. Embora o termo fosse usado antes de Cantillon, está evidente, como Schumpeter (1954) apontou que ele foi o primeiro a oferecer clara concepção da função empreendedora como um todo (FILION, 1999).

Conforme Hashimoto (2010a, p. 1):

[...] a aparição do termo empreendedorismo foi registrada por Richard Cantillon (1755), para exprimir a receptividade ao risco de comprar algo por um determinado preço e vendê-lo em uma condição de incerteza. Anos depois, Jean Baptiste Say (1803) ampliou esta definição, relacionando a figura do empreendedor àquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento, convencendo-se que quem abre seu próprio negócio é um empreendedor.

Ao longo do tempo estudos e pesquisas científicas referentes ao tema foram produzidos, além de classificações, em razão da grande variedade e amplitude do tema e do aparecimento de novas vertentes.

Schumpeter (1934) relacionou o conceito de empreendedorismo à inovação, e os comportamentalistas, reduzindo essa definição, o associaram à criatividade. Kuratko e Hodgetts (1998) destacaram o empreendedorismo não relacionado

apenas à criação de um negócio, mas sim à arte de criação de oportunidades e de assumir riscos calculados.

Outros pesquisadores também despenderam esforços no sentido de avançar nas descobertas para estruturação do tema empreendedorismo, dentre os quais se destacam Low e MacMillan (1988) e Fillion (1997).

Para Low e MacMillan (1988, p. 148), os empreendedores são pessoas que tomam iniciativa, identificam e criam oportunidades de negócios, mas concluíram que não há características de personalidade que predizem se um indivíduo será um empreendedor de sucesso. Os autores salientaram em seus estudos que:

[...] os empreendedores tendem a desafiar a lógica, afirmando que fazem parte de um grupo seletivo que diverge da média da sociedade, onde a natureza de suas diferenças não é previsível. Apresentam como resultado, que qualquer tentativa de definir um perfil exclusivo para empreendedores relacionado a características de personalidade pode ser muito simplista.

Low e MacMillan (1988) ainda enfatizam que empreendedorismo manifesta-se por uma série de características e comportamentos que não podem ser medidos e preditos. Por sua vez, Schein (1985) e Stevenson e Gumpert (1985) argumentam que esse campo de pesquisa avançou de forma comedida como disciplina e não alcançou visibilidade de ciência.

Já Fillion (1997) propõe que os pesquisadores sejam alocados em dois grupos: o dos economistas, representado por pensadores como Schumpeter (1997), e o dos comportamentalistas, representado por pensadores como McClelland (1972).

O autor chama de economistas os que se interessam em entender a importância do empreendedor como mola propulsora do desenvolvimento econômico e da inovação, e de comportamentalistas aqueles centrados nas características criativas e intuitivas dos empreendedores.

A vertente comportamental apresentou maior crescimento a partir de estudos com o objetivo de entender as motivações do empreendedor, além das principais características desses indivíduos. (FILLION, 1999; SOUZA e GUIMARÃES, 2006).

Os conceitos foram evoluindo, Paiva e Cordeiro (2002), estabeleceram uma relação entre a criatividade e a preocupação com a viabilidade financeira do negócio. Eles apresentaram o conceito de empreendedorismo relacionado à criação

de uma organização economicamente inovadora, com o objetivo de possibilitar lucratividade e crescimento, enfrentando condições de risco e incerteza.

A evolução também ampliou o entendimento sobre a figura do empreendedor. Com uma visão mais contemporânea, Teodoro e Oliveira (2006, p. 50-51) salientaram que o empreendedor tem a capacidade de perceber o conteúdo que necessita aprender, para orientar suas iniciativas no longo prazo. Segundo os autores, o empreendedor:

[...] procura criar situações em que possa obter feedback sobre seu comportamento, utilizando estas informações para o seu aprimoramento. É capaz de assumir riscos, entretanto, faz o possível para minimizá-los. Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho. É inovador e criativo, cultiva a imaginação e aprende a definir visões.

Ainda com referência a evolução, Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 29), mencionam que os conceitos de empreendedorismo evoluíram ao longo dos séculos, e que no século XX não se distinguia empreendedores de gerentes, referindo-se à ênfase dada à perspectiva de resultados econômicos.

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.

Para os autores, mesmo com a grande complexidade que os empreendedores enfrentam para adequar-se às situações que os negócios lhes impõem, o empreendedorismo é o método mais eficiente para ligar ciência e mercado.

Todo o arcabouço teórico construído por esses autores se configura como norteador para que se possa delinear os caminhos para o avanço dos estudos no campo do empreendedorismo, que tem em sua essência a formação do indivíduo empreendedor de acordo com as características e conhecimentos específicos relacionados aos negócios.



### 3.1 PERFIL EMPREENDEDOR

As investigações a respeito das características pessoais do empreendedor têm movido os pesquisadores ao longo dos anos, com o objetivo de identificar o que diferencia empreendedores de não empreendedores.

As características comportamentais do empreendedor podem auxiliar na definição do sucesso ou fracasso nos negócios e empreendimentos, dependendo do uso que cada indivíduo faz das suas habilidades. O empreendedor terá maior probabilidade de ser bem sucedido se desempenhar dentro do seu negócio atividades que venham ao encontro do seu perfil.

Um dos grandes pesquisadores que pode ser citado nessa linha de pesquisa é McClelland. Com seus estudos na linha comportamental, esse autor identificou um fator que, se encontrado em nível elevado, poderia estar relacionado com o comportamento empreendedor: a necessidade de realização.

McClelland (1961) traçou características das pessoas possuidoras de elevada necessidade de autorrealização como aquelas que apresentam elevada atividade energética, responsabilidade individual, conhecimento dos resultados das ações e antecipação de futuras possibilidades, além de comedida vocação para assumir riscos.

Na sequência dos estudos feitos por McClelland, outros autores também deram continuidade às pesquisas com a intenção de identificar características próprias dos empreendedores, como se fossem à feição da figura do empreendedor.

Dentre os vários estudos significativos ressalta-se o de Cunningham e Lischeron (1991). Os autores destacam a inexistência de um consenso na literatura em relação ao significado de empreendedorismo e ser empreendedor, propondo, então, seis escolas que buscam exprimir, sob diferentes perspectivas, o processo empreendedor:

- escola bibliográfica: estuda a história de vida de grandes empreendedores;
- escola psicológica: estuda características comportamentais e de personalidade dos empreendedores;
- escola clássica: tem como principal característica a inovação;
- escola da administração: sugere que o empreendedor é uma pessoa que organiza e administra um negócio, assume riscos de prejuízo e o lucro

inerentes a ele, planejando, supervisionando, controlando e direcionando o empreendimento;

- escola da liderança: mostra que o empreendedor é um líder que mobiliza as pessoas em torno de objetivos e propósitos; e
- escola corporativa: diz que as habilidades empreendedoras podem ser úteis em organizações complexas, para ações de foco bastante específico, como abrir um mercado, expandir serviços ou desenvolver produto.

As seis escolas mencionadas apresentam enfoques distintos para elucidar o fenômeno do empreendedorismo, todavia Cunningham e Lischeron (1991) classificam essas seis escolas em quatro grupos, e cada um abrange determinado aspecto do comportamento empreendedor:

- 1º demonstra as qualidades e valores pessoais do empreendedor;
- 2º realça a capacidade de identificar oportunidades;
- 3º está relacionado à necessidade do empreendedor de obter habilidades e competências para planejar uma ação e colocar em prática no seu negócio; e
- 4º relaciona-se à percepção da necessidade de mudança do empreendimento.

Para Cunningham e Lischeron (1991), os indivíduos são capazes de obter grandes ideias, porém ressaltam como diferencial a habilidade intuitiva de reconhecer uma oportunidade e tomar a decisão apropriada. Complementam ainda, que sem essa faculdade inata não haverá diferencial.

O Quadro 1, resume as abordagens para a descrição do empreendedorismo, e ilustra as seis escolas de pensamento à época do estudo feito pelos autores.

Quadro 1 – Resumo das abordagens para a descrição de Empreendedorismo

<b>Modelo Empreendedor (Escolas)</b>	<b>Foco Central</b>	<b>Pressuposto</b>	<b>Comportamentos e Habilidades</b>	<b>Situação</b>
<b>Bibliográfica</b>	O empreendedor possui habilidade intuitiva, além de traços e instintos de nascença.	Sem a intuição inata, o indivíduo seria como qualquer mortal: é essencial.	Intuição, vigor, energia, persistência e autoestima.	<b>Inicial</b>

Continua

Continuação

<b>Modelo Empreendedor (Escolas)</b>	<b>Foco Central</b>	<b>Pressuposto</b>	<b>Comportamentos e Habilidades</b>	<b>Situação</b>
<b>Psicológica</b>	Empreendedores possuem valores únicos, atitudes e necessidades que os movem.	As pessoas agem dirigidas por seus valores e comportamentos, para tentar satisfazer suas necessidades.	Valores pessoais, assumir riscos, necessidade de realização e outros.	<b>Inicial</b>
<b>Clássica</b>	A característica central do comportamento empreendedor é a inovação.	O aspecto crítico do empreendedorismo está no processo de fazer ao invés de possuir.	Inovação, criatividade e descoberta.	<b>Inicial e Crescimento</b>
<b>Da Administração</b>	Empreendedores organizam, possuem e administram um empreendimento econômico, e assumem o risco.	Empreendedores podem ser desenvolvidos ou treinados nas funções técnicas de gestão.	Planejamento da produção; Direção, Organização, e Controle.	<b>Crescimento e Maturidade</b>
<b>Da Liderança</b>	Empreendedores são líderes, pois eles têm a capacidade de adaptar seu estilo às necessidades das pessoas.	Um empreendedor não consegue realizar seus objetivos sozinho, ele depende de outras pessoas.	Capacidade para Motivar, Orientar e Liderar.	<b>Crescimento e Maturidade</b>
<b>Intraempreendedorismo</b>	Competências do Empreendedor podem ser úteis em organizações complexas; Possibilitam o desenvolvimento de unidades independentes para criar novos mercados e expandir serviços.	As organizações precisam se adaptar para sobreviver; A atividade empreendedora leva à construção de organizações e faz com que empresários se tornem gestores.	Atenção às oportunidades, e capacidade de tomar decisões.	<b>Maturidade e mudanças</b>

Fonte: Adaptado de Cunningham e Lischeron (1991)

Dada à significância dos estudos de Cunningham e Lischeron (1991), sua teoria se destaca nesta pesquisa, pois seu objetivo é estudar as características que compõem o perfil empreendedor e se molda dentro da propositura das seis escolas

de pensamento, especialmente a escola psicológica; a clássica; da administração e da liderança.

Passados 50 anos de pesquisas e estudos, algumas características têm sido identificadas, como, por exemplo, a comedida vocação para assumir riscos ou assumir riscos calculados (Kaufman, 1991); a necessidade de autorrealização (McClelland, 1961); e a elevada autoeficácia (Markman, Baron e Balkin, 2005).

Já no que diz respeito ao tempo em que as ações acontecem, Kenrick e Funder (1988), afirmam que como os traços certificam a forma comportamental em diferentes momentos e situações, podem ser compreendidos como relativamente estáveis ao longo do tempo. Essa linha de raciocínio, de que os traços se mantêm de maneira consistente ao longo dos tempos, sugere que não é tarefa simples um indivíduo se desenvolver como empreendedor.

Um estudo mais atual, traz uma abordagem com outro viés. Nassif *et al.* (2010a) apresentam um estudo para compreensão do processo empreendedor, baseado no modelo proposto por Bygrave (2004), que sugere uma dinâmica evolutiva nos atributos do empreendedor, que modifica seu perfil de atuação e desenvolve capacidades adicionais à medida que a organização cresce em tamanho e complexidade.

Os estudos realizados por Nassif *et al.* (2010a) concluíram, por meio de relatos de empreendedores em pesquisas empíricas, que a predominância dos aspectos afetivos, tais como: perseverança, coragem, motivação pessoal, disposição em correr risco, otimismo, entre outros, surgem no início do empreendimento, principalmente na concepção do negócio.

Já nos estágios posteriores, os empreendedores atribuem maior importância gradativamente aos aspectos cognitivos, como: assumir riscos calculados, realizar parcerias, planejar e definir metas, conhecer o mercado e a capacidade de comunicação. (NASSIF *et al.* 2010a).

Dentre os inúmeros estudos e pesquisas, que ao longo dos anos sob vários enfoques foram destinados ao empreendedorismo e a figura do empreendedor, muitos deles foram direcionados ao perfil do indivíduo empreendedor, mas sem abrangência de vínculo com o desempenho de um negócio.

Outro estudo recente que investiga o perfil empreendedor, e no qual esta pesquisa está embasada, foi desenvolvido por Schmidt e Bohnenberger (2009). Os autores propuseram um modelo de medição para o perfil e para a intenção

empreendedora, relacionada ao desempenho organizacional, e para tal um instrumento de medição foi construído e validado com a utilização do modelo estrutural apresentado no Quadro 2.

Schmidt e Bohnenberger (2009) mencionam que, no tocante à medição do empreendedorismo, consideraram desde os instrumentos para medir o perfil empreendedor (Cunha, 2004; Perera *et al.*, 2004), passando por medições de intenção empreendedora, ou seja, a intenção de abrir um novo negócio (Gatewood, Shaver, Powers, e Gartner, 2002; Peterman e Kennedy, 2003; Segal, Borgia, e Schoenfeld, 2005; Wang e Wong, 2004), até medições com foco em questões que envolvem uma empresa, como a sua continuidade (Greatti, 2004) e desempenho financeiro (Hindle e Cutting, 2002).

Os autores apontam ainda, que no estudo que realizaram procuraram ampliar a base de conceitos sobre o perfil empreendedor com definições encontradas na literatura, extraíndo os atributos ou características atitudinais comuns, citadas diretamente ou presentes indiretamente, na forma de pré-requisitos para sustentá-las.

As características propostas para o perfil empreendedor foram conceituadas para sustentar a elaboração do instrumento de medição, conforme Quadro 2, a seguir:

Quadro 2 – Características atitudinais do empreendedor

<b>Características Atitudinais</b>	<b>Descrição</b>
<b>Autoeficaz</b>	<p>“é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar a motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida” (Chen, Greene, e Crick, 1998, p. 296).</p> <p>“Em quase todas as definições de empreendedorismo há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) tomar iniciativa; (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; (3) aceitar o risco ou o fracasso” (Hisrich e Peters, 2004, p. 29).</p>

Continua

Continuação

<b>Características Atitudinais</b>	<b>Descrição</b>
<b>Assume riscos calculados</b>	<p>“Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores” (Drucker, 1986, p. 33).</p> <p>“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (Kaufman, 1991, p. 3).</p>
<b>Planejador</b>	<p>“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3).</p> <p>“O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (Dornelas, 2001, p. 15).</p>
<b>Detecta oportunidades</b>	<p>“é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (Markman e Baron, 2003, p. 289).</p> <p>“que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (Birley e Muzyka, 2001, p. 22).</p> <p>“A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p. 19).</p>
<b>Persistente</b>	<p>“capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman e Baron, 2003, p. 290).</p> <p>“Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida. ... A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento, com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação” (Souza, Souza, Assis, e Zerbini, 2004, p. 4).</p>
<b>Sociável</b>	<p>“Os empreendedores ... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (Longenecker, Moore, e Petty, 1997, p. 3).</p>
<b>Inovador</b>	<p>Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.</p>
<b>Líder</b>	<p>“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (Markman e Baron, 2003, p. 114).</p>

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009)

Por fim, Schmidt e Bohnenberger (2009) concluem que o perfil empreendedor é um conjunto de características que não podem ser vistas como estanques, pois se inter-relacionam e estão presentes ao mesmo tempo em cada indivíduo. E propuseram como atributos para identificar o perfil empreendedor, as características atitudinais citadas no Quadro 2, os quais foram definidos a fim de apoiar a criação de itens de medição para observá-los empiricamente.

### **3.1.1 Atributos que compõem o perfil empreendedor**

#### **3.1.1.1 Autoeficaz**

A autoeficácia é relacionada por muitos autores à opinião que um indivíduo tem, relativa à sua aptidão para dar vida à motivação e ações necessárias para obter êxito em uma determinada tarefa.

Wood e Bandura (1989) afirmam que a autoeficácia, a partir de estudos acadêmicos, pode ser definida como as percepções das pessoas sobre sua capacidade de mobilizar motivação, recursos cognitivos e comportamento de forma a controlar situações no cotidiano de sua vida.

Sob o aspecto psicológico, Bandura (2001) afirma que as pessoas são agentes quando de forma intencional influenciam em seu próprio funcionamento e em determinadas circunstâncias de sua própria vida. Menciona, também, que a confiança do indivíduo é um fator fundamental para poder gerar os resultados desejados, que chama de percepções de autoeficácia. Ele acredita que sem tais crenças um indivíduo terá pouco estímulo para empreender ações e persistir nas situações adversas às quais for submetido no dia a dia.

Anos atrás, um ponto muito importante já havia sido levantado por Bandura (1982) de que a autoeficácia não significa apenas uma reflexão idêntica do desempenho passado, apesar de resultados alcançados no passado influenciarem na sua formação. Isso pode sugerir uma linha de pensamento de que todo indivíduo

pode evoluir e aperfeiçoar sua capacidade de autoeficácia, inclusive utilizando experiências do passado para tal.

Nessa mesma linha, Zimmerman (2000) salienta a sensibilidade ao cenário ou contexto ao qual o indivíduo está inserido e que pode afetar a percepção de sua autoeficácia. Indica que para se obter uma análise adequada da autoeficácia deve-se avaliar a dimensão do contexto, suas particularidades e a intensidade da situação vivenciada. Esta percepção depende do nível de influência que o empreendedor acredita ter sobre o meio em que atua (HARPER, 1996).

Para Johannisson (2000) o nível de recursos disponíveis para os empreendedores, relacionado ao estabelecimento e desenvolvimento de novos empreendimentos, é um fator importante para a atividade empreendedora.

Nessa mesma linha de raciocínio Kickul e D'Intino (2005) destacam que para melhorar a autoeficácia empreendedora é necessário estudar o ambiente potencial e real vivido por empreendedores, visto que um ambiente favorável tende a aumentar a autoeficácia empreendedora.

Outra relação que pode ser estabelecida é entre a autoeficácia e a motivação do empreendedor. Para Bandura (1989), os julgamentos de autoeficácia de um indivíduo podem determinar seu nível de motivação. Segundo o autor, é em razão desses julgamentos da própria capacidade do indivíduo, que este é incentivado para a ação e define um rumo para as suas ações, pelo fato de antecipar mentalmente o que pode realizar para obter resultados.

A autoeficácia também é relacionada à satisfação no trabalho. Pesquisa feita por Bradley e Roberts (2004) que estudou o papel da autoeficácia na relação entre o trabalho autônomo e a satisfação no trabalho. Segundo esses autores, os resultados obtidos subsidiam o argumento de que pessoas relatando níveis relativamente altos de autoeficácia estão mais satisfeitas e motivadas com seus empregos do que outras.

Além disso, a pesquisa dos autores apontou que os trabalhadores autônomos apresentaram níveis mais elevados de autoeficácia do que os demais, e que uma parte da relação entre satisfação no trabalho e trabalho autônomo pode ser explicada pela relativamente alta autoeficácia entre os trabalhadores autônomos.

Ao trazer a discussão para o campo do empreendedorismo, Shane *et al.* (2003), argumentam que cada fase do processo empreendedor é influenciada pela motivação e pela capacidade de conhecimento do indivíduo empreendedor.



Segundo Shane *et al.* (2003), o impulso da motivação pode ser determinado por aspectos ativadores do indivíduo, tais como a necessidade de realização, o desejo de ser independente, o gosto pelo que faz, além de aspectos mais voltados às atividades envolvidas no processo: objetivos e metas determinados e o sentimento de autoeficácia.

Um estudo realizado por Chen, Greene e Crick, 1998 avaliou a relação existente entre *locus* de controle e autoeficácia. A pesquisa sugere que indivíduos potencialmente empreendedores além de possuírem um elevado *locus* de controle interno, também devem desenvolver um elevado sentido de autoeficácia para terem a garantia de que suas intenções estão sendo seguidas.

O Quadro 3, a seguir, resume algumas definições de pesquisadores e autores na linha da autoeficácia.

Quadro 3 – Definições de autoeficácia

Autor	Definição
<b>Shane, 2003</b>	É a crença nas capacidades pessoais para executar com sucesso uma determinada tarefa.
<b>Baron e Markman, 1999</b>	É uma convicção cognitiva em suas próprias capacidades.
<b>Chen, Greene e Crick, 1998</b>	É uma convicção cognitiva em suas próprias capacidades e um dos melhores preditores de desempenho.

Fonte: Organizado pelo autor (2011)

Diversas pesquisas apontaram resultados indicando que indivíduos empreendedores possuem maior autoeficácia do que gestores, como é o caso da pesquisa feita por Baron e Markman (1999). Também foram percebidos resultados semelhantes em relação à atuação da autoeficácia em decisões de explorar oportunidades (Zietsma, 1999). Essas pesquisas sugerem que a autoeficácia pode aumentar a probabilidade de o indivíduo explorar novas oportunidades empreendedoras.

Um estudo mais recente, de Markman *et al.* (2005), destacou as diferenças individuais entre empresários e não empresários, apontando que de fato diferem nas

dimensões de perseverança e autoeficácia, afirmando que são constructos distintos apesar de possuírem parentesco muito próximo, em que a perseverança é diretamente influenciada pela autoeficácia.

DeNoble *et al.* (2007), corroborando nessa linha de pensamento, relatam que a premissa da autoeficácia é a força da crença na própria capacidade de influenciar o esforço na perseguição de um objetivo. Afirmam ainda que empreendedores devam apresentar 'diligência e perseverança' e 'vontade e unidade' fundamentalmente para conduzir um negócio, e que esses comportamentos possibilitam como resultado, um indivíduo de elevada autoeficácia.

### 3.1.1.2 Assume riscos calculados

Ao longo da história diversos autores mencionaram diferentes posições e situações quanto ao fato de o empreendedor assumir riscos em transações, negócios ou tomadas de decisão.

O cenário de risco pode se referir à maneira como a situação que envolve o risco é vista pelo empreendedor: como uma oportunidade ou como uma ameaça. A composição do risco está relacionada à interação entre o indivíduo e a situação, que define o quanto o empreendedor acredita que uma situação de risco possa concluir num resultado de sucesso ou fracasso.

Segundo Hisrich<sup>2</sup> (1986) *apud* Dornelas (2001), o primeiro exemplo credita-se a Marco Polo, que definiu uma rota comercial para o Oriente empreendendo e assinando um contrato para vender mercadorias.

Na Idade Média, ao indivíduo que gerenciava grandes projetos de produção, não assumia riscos e utilizava recursos provenientes do governo do país. Já no Século XVII, o empreendedor estabelecia contrato junto ao governo para realizar serviços ou fornecer produtos. Os preços eram pré-fixados e o lucro ou prejuízo pertencia ao empreendedor.

---

<sup>2</sup>HISRICH, P. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundations of economic renaissance.** (org: HISRICH, R. D.). Lexington: Lexington Books. p. 18-25, 1986.

Faz-se necessário conceituar o risco, que segundo Hashimoto (2009a, p. 5) é a capacidade de:

aceitar o fato de que as coisas podem não sair como se planeja e que o erro é uma forma de aprendizado. Pessoas que assumem riscos confrontam o compromisso com o valor, e dedicam mais energia para minimizar o risco ou os seus efeitos.

Segundo Dolabela (1999) o empreendedor pode ser a pessoa que cria ou adquire uma empresa, introduzindo inovações e assumindo riscos, ou ainda o funcionário que sugere e introduz inovações em uma organização para qual presta serviços.

Uma distinção é feita por Sexton e Bowman (1985), que definem propensão ao risco como uma orientação individualizada para correr riscos em cenários que envolvam tomadas de decisão. Por sua vez, McCarthy e Leavy (1998) são ainda mais contundentes e afirmam que a imagem dominante do empreendedor é a do tomador de risco heróico.

Grande parte dos estudos sinaliza que o empreendedor necessita ter alguma propensão ao risco. Essa linha de raciocínio pode ser alicerçada por Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 237-238), que mencionam que todo novo negócio poderá enfrentar possíveis prejuízos, com variações dependendo do setor da economia e do ambiente competitivo, apontando para a importância da avaliação do risco:

Primeiro o empreendedor deve indicar os riscos com os quais o novo empreendimento pode se defrontar. A seguir, deve haver uma discussão do que poderia acontecer se esses riscos se tornassem uma realidade. Finalmente, o empreendedor deve discutir a estratégia a ser empregada para impedir, minimizar ou reagir aos riscos, se eles ocorrerem.

Bessant e Tidd (2009) estabelecem uma relação entre a propensão ao risco de forma calculada e a elaboração de planos de negócios. Os autores dão ênfase à importância do desenvolvimento de um plano de negócios e de que normalmente os pontos onde ocorrem as maiores inadequações são nos aspectos de *marketing* e financeiro.

Outras pesquisas indicam que indivíduos com elevada propensão ao risco têm maior probabilidade de explorarem oportunidades e até inovar. As pesquisas de

Hull, Bosley e Udell (1980) sugerem que a propensão ao risco pode aumentar a tendência do indivíduo explorar novas oportunidades empreendedoras, quando comparados empreendedores com gestores.

Nesta mesma linha, Stewart e Roth (2001), analisaram 12 estudos que apresentaram fortes indícios de relação entre a propensão ao risco e a probabilidade de um indivíduo explorar uma oportunidade empreendedora. Muitas pesquisas apontam para uma relação bastante estreita entre a figura do empreendedor e a característica de assumir riscos, mas existem autores que seguem uma linha mais cautelosa, a de que é necessário mensurar.

Um estudo que traz contribuições nessa linha é o de Baron e Shane (2007, p. 197), que aborda a importância de determinação dos riscos críticos, e a cautela que o empreendedor deve ter em razão de seu próprio entusiasmo, visto que muitas vezes foca nos pontos positivos e se esquece do que pode dar errado.

Os empreendedores entusiasmados com seus novos empreendimentos, não são as pessoas mais propensas a pensar longa e profundamente sobre o que pode dar errado em seus negócios. Pelo contrário, preferem discorrer sobre os pontos fortes e, em geral, ficam muito espantados quando as coisas não acontecem de acordo com o plano. Essa é uma razão pela qual os planos de negócios eficazes devem conter uma seção focada no que pode dar errado; riscos críticos que podem impedir o novo empreendimento de atingir seus principais objetivos.

Maior embasamento nessa linha do risco calculado é transmitido por Longenecker e Schoen<sup>3</sup> (1975) *apud* Hashimoto (2009b, p. 110), que descreve o risco como uma conjunção entre os fatores anomalia, probabilidade, e gravidade.

O risco é composto por três fatores básicos: as anomalias ou variações aos quais produtos, processos e serviços estão sujeitos, probabilidade de ocorrência de tais anomalias e a gravidade das consequências de tais ocorrências. São estes os elementos usados pelos empreendedores para fazer a estimativa dos riscos a que estão sujeitos a correr num empreendimento.

---

<sup>3</sup>LONGENECKER, J. e SCHOEN, J. E. The essence of entrepreneurship. **Journal of small business management**. EUA, 1975.

Outras duas variáveis que complementam essa linha de pensamento são apresentadas por Hashimoto (2010a, p. 142): incerteza e complexidade. Fatores que também ajudam a determinar o risco.

O fator incerteza é assim determinado pela quantidade e qualidade de informações disponíveis sobre as variáveis conhecidas..... O fator complexidade é assim determinado pelo número de variáveis que incidem sobre a atividade. O melhor é sempre balancear todos os elementos de ameaça, complexidade, probabilidade, incerteza e impactos na hora de tomar decisões importantes para o projeto.

A tendência é que a 'informação' seja ponto fundamental no sentido de redução das incertezas. Com atuação sobre os fatores: ameaça, probabilidade e impacto, maiores serão as possibilidades de redução de risco, conforme demonstrado na Figura 4.

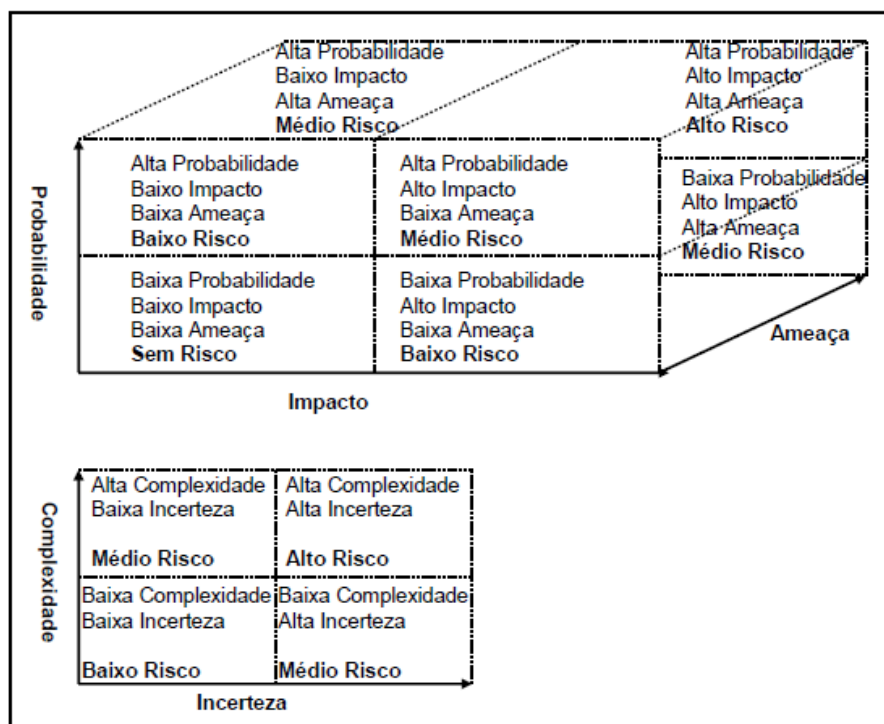


Figura 4 – Avaliação de riscos  
Fonte: Hashimoto (2010a)

Segundo Hashimoto (2010a, p. 143):

O empreendedor, ao contrário do que se pensa, não é um jogador que aceita qualquer tipo de risco. Quando dizemos que ele corre riscos calculados, é porque, na verdade, ele tenta obter o máximo de informações possíveis para tornar conhecidos os elementos do risco e saber o que pode ser feito para minimizar a sua probabilidade ou neutralizar o seu impacto.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), em relação à necessidade de avaliação das informações de possíveis riscos, primeiramente o empreendedor deve indicar com os quais o empreendimento pode se defrontar, e procurar visualizar o que poderá ocorrer se esses riscos se tornarem realidade.

Diversos autores relacionam a característica de assumir riscos à figura do empreendedor, ao mesmo tempo em que enfatizam a importância de que os riscos possam ser calculados e que essa ação esteja fortemente atrelada à obtenção de informações sobre o negócio. Essa linha de pensamento pode ainda estabelecer relações com as ações de planejamento, que é o foco da abordagem do próximo item.

### 3.1.1.3 Planejador

Ao longo dos tempos foram percebidas mudanças no perfil do empreendedor. Dornelas (2001) aponta que nos séculos XIX e XX, empreendedores apresentaram características e comportamentos distintos, com perfis de visionário, que assume riscos, otimista, líder, planejador, dinâmico, flexível, tomador de decisão, que busca informações, entre outros.

Percebe-se que quanto ao planejamento existe uma relação bastante próxima entre a busca de informações e a redução de erros e custos de retrabalho.

Segundo Santos (1995), para planejar o futuro de um negócio é necessário contar com informações abrangentes sobre oportunidades de mercado, potenciais clientes, custos e preços, impostos e taxas, custos com a abertura e legalização da

firma. É preciso conhecer o que fazem os concorrentes, os fornecedores e informações sobre as linhas de financiamento em agentes de crédito, entre outras.

O setor de transporte, foco desta pesquisa, mantém uma relação bastante íntima com o processo de informação. Segundo Arbache *et al.* (2006), dentro de um planejamento logístico o transporte se configura como uma base estrutural para que indústria e comércio possam trabalhar com níveis de estoques baixos.

Com um enfoque mais rigoroso, Leite (2002) cita que nem todos os casos de empreendedorismo são marcados pelo sucesso. Existem fatores que podem levar um empreendimento ao fracasso, e um dos principais, que mais contribuem para o insucesso de um negócio, é a ausência de planejamento financeiro. Subestimar o capital necessário para iniciar um negócio consiste numa das principais causas de fracasso.

No caso de empreendedores de pequeno porte, Oliveira (1994) menciona que a grande maioria desconhece técnicas de administração e gestão e, conseqüentemente, o processo de planejamento de um negócio. Normalmente, seu tempo é direcionado às tarefas operacionais do dia a dia, não podendo se dedicar sequer ao planejamento de médio prazo, quanto menos o de longo.

Uma das características do transportador autônomo é ter poucas posses financeiras, e em muitos casos arriscar tudo o que tem para entrar no negócio sem possuir sobras financeiras. Degen (1989) cita que começar um negócio sem dinheiro requer que o futuro empreendedor domine mais do que um conjunto de técnicas de gestão tradicionais: ele precisa mudar seu comportamento, seu modo de pensar e agir, para poder aplicar com sucesso essas técnicas.

Esta abordagem que envolve o comportamento do indivíduo também é apontada por Mintzberg e Quinn (2001), de que o planejamento está associado com o espírito empreendedor, podendo ser uma visão pessoal, então sua formulação também precisa ser entendida como o processo de obtenção do conceito na mente de um indivíduo.

Ao começar o negócio com restrições e limitações financeiras, o empreendedor precisa planejar, considerar possibilidades de insucesso e dificuldades. Assim como já mencionado no atributo 'assume riscos calculados', para Baron e Shane (2007, p.197), os planos de negócios eficazes devem considerar não apenas as possibilidades de oportunidades, mas também o que pode dar errado.

[...] riscos críticos podem impedir o novo empreendimento de atingir seus principais objetivos. Pensar nesses riscos é um “bom remédio” para os empreendedores e formular meios de reagir a essas calamidades antes que ocorram pode ser bastante construtivo!

Alguns autores fazem referência à existência de planejamentos informais, como é o caso de Fillion (1999, p. 12), que destaca ser comum encontrar casos de planejamento informal com ajustes constantes. O autor relata que:

[...] os empreendedores pareciam desenvolver planos informais, frequentemente sem material escrito, apenas em suas cabeças, baseado ou guiado pela visão. Em todos os casos eles tinham um alvo ou objetivo e tinham e haviam estabelecido alguns pontos de referência, mas fizeram ajustes ao longo do caminho.

Schmidt e Dreher (2006) citam que grande parte dos dirigentes de micro e pequenas empresas consideram o planejamento estratégico formal como um exercício bastante complexo, que demanda muito tempo, e não é conveniente.

Hashimoto (2009a, p. 66) aponta que planejamentos não devem ser seguidos à risca, pois quando se planeja nem sempre se consegue reproduzir todos os fatos passados ou futuros.

Você deve estar preparado para as circunstâncias adversas e incertezas que podem surgir, até mesmo para as oportunidades que se abrirão. Seguir com o que foi planejado custe o que custar, pode ser perigoso. Surpresas acontecerão e podem derrubá-lo. Pode ser um movimento inesperado do concorrente, uma receptividade maior do que esperada do mercado ao seu produto, a perda de um profissional chave.

Essa afirmação molda-se ao setor em estudo, ao considerar que o transporte é uma atividade muito dinâmica e com mutações constantes, fazendo parte do dia a dia dos motoristas modificações e alterações de última hora, e conforme Santos (2007, p. 39), não contam com o acesso a sistemas informatizados para auxiliá-los:



Alguns sistemas de informações on-line trabalham com informações (atualizadas regularmente) sobre os valores, rotas e períodos discriminados. Contudo, nem todas as empresas ou caminhoneiros conseguem aceder a essas informações: como já vimos, poucos utilizavam as ferramentas da informática, em 2002.

Em resumo, planejamento é um processo amplo, adaptativo e que vai além do estabelecimento de objetivos. Conforme Wright *et al* (2000), depende de uma série de considerações, como: a avaliação de oportunidades e ameaças, a análise dos recursos disponíveis, missão e objetivos, além de considerar a estrutura organizacional, a liderança, o poder e a cultura organizacional.

#### 3.1.1.4 Detecta oportunidades

Reconhecer oportunidades parece ser uma ação fundamental para o processo empreendedor e para a expansão de negócios. Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 174) apontam que o reconhecimento de uma oportunidade geralmente é consequência do conhecimento e experiência do empreendedor individual, ou da empresa empreendedora.

Esse conhecimento prévio resulta de uma combinação de educação e experiência, e a experiência relevante pode ser o trabalho relacionado ou o resultado de diversas experiências pessoais ou eventos. O empreendedor deve estar consciente desse conhecimento e dessa experiência e ter vontade de entendê-los e de usá-los.

Markman e Baron (2003) relacionam o ato de detectar oportunidades à habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.

Para o indivíduo que deseja ser um empreendedor, pode-se considerar que identificar oportunidades é uma premissa, e resume-se em aproveitar toda e

qualquer possibilidade de negócios, principalmente em segmentos da economia onde a concorrência é acirrada, como é o caso do segmento de transporte rodoviário de cargas.

A busca de informações é um pré-requisito para se encontrar uma oportunidade. Segundo Dejax e Crainic (1987), no caso do motorista autônomo, buscar informações pode significar buscar pessoalmente informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar pessoalmente uma nova possibilidade de redução de custos operacionais; aumentar seus conhecimentos no ramo em que atua, entre outras.

Para Degen (1989, p. 38) o empreendedor precisa de um grande alicerce de informações que objetive minimizar riscos na detecção de oportunidades, procurando evitar situações perigosas para o sucesso de um novo empreendimento, tais como:

[...] erro na estimativa das necessidades financeiras da nova empresa; subavaliação dos problemas técnicos do negócio; falta de diferenciação dos produtos ou serviços, em relação aos concorrentes, que faz com que os consumidores, que faz com que os consumidores não se sintam motivados a mudar de fornecedor; falta de obstáculos à entrada de concorrentes, que torna fugaz o sucesso, rapidamente imitado pelos outros; desconhecimento dos aspectos legais do novo empreendimento, que pode em alguns casos até impedir sua continuação; escolha de sócios errados para o tipo de empresa que se pretende desenvolver; e a localização inadequada para a atividade.

O autor ainda menciona que:

[...] uma oportunidade pode surgir a partir do momento em que se identifica uma necessidade ou deficiência, e ainda quando se percebe que algo pode ser melhorado ou modificado, e da observação de tendências e de novos produtos ou serviços. (DEGEN, 1989, p. 21)

Nessa linha pode-se mencionar a necessidade de o empreendedor possuir informações de indicadores do seu negócio, para que possa identificar necessidades ou possibilidades de melhoria, que sejam o estopim para o surgimento de uma nova oportunidade.

Mesmo com o cuidado de obter informações, a tarefa do empreendedor em saber se a oportunidade realmente é viável, não é fácil. Dornelas (2001, p. 91) faz menção sobre a importância de se fazer uma análise criteriosa das reais possibilidades de retorno econômico do empreendimento, principalmente dos custos envolvidos.

[...] não adianta simplesmente ser líder de mercado se o retorno financeiro não compensar o esforço empreendido. Às vezes, é preferível ser segundo ou terceiro em outro mercado que lhe traga maior compensação financeira, que ser líder em um mercado com estrutura cara, altos custos de manutenção e pequenos lucros.

O aspecto de avaliar a viabilidade econômica da oportunidade também é considerado por Longhini e Sachuk (2000), mencionando que identificar oportunidades não significa apenas desenvolver um estudo com o objetivo de colocar um produto ou serviço novo no mercado, ou ocupar um espaço de mercado ainda não explorado. É preciso reduzir custos, elevar a qualidade, ou ainda oferecer serviços com maior rapidez. Essas características mantêm forte relação com o setor em estudo, se considerado o cenário de grande competitividade.

Considerando o setor foco deste estudo, Lima e Gualda (1995) vão mais adiante analisando que no processo de transporte existem diversas fases que podem comprometer a qualidade do serviço de transporte: identificação das necessidades dos clientes; especificação do serviço a ser executado; comunicação após o serviço ser realizado; e comparação entre as expectativas e percepções dos clientes. Os autores mencionam ainda, que o transportador deva ter uma visão bastante ampla para detectar uma oportunidade, visto que diversas variáveis podem fazer parte desse processo.

No que diz respeito à complexidade do setor em estudo, Muller e Michel (2001) afirmam que o setor de transporte de carga tradicionalmente opera com elevada competitividade, devido ao grande número de empresas e a concorrência do grande número de transportadores autônomos.

Para minimizar as consequências da competitividade Muzyka e Churchill (2001), relacionam oportunidade de mercado com inovação, quando mencionam que a essência da capacidade empreendedora é a identificação e a captura do valor de mercado, com base no encontro da inovação com uma necessidade. Isso sugere

que o empreendedor, no momento em que percebe uma necessidade de mercado, deve aplicar uma medida de inovação transformando-a em uma oportunidade de negócio que seja apreciada pelo mercado consumidor.

A partir dessa afirmação pode-se estabelecer a relação entre detecção de oportunidades e inovação, de forma que o empreendedor não apenas detecte uma nova oportunidade, mas que possa aplicá-la de forma inovadora, fazendo com que atenda os anseios do mercado e possa também diferenciá-lo de seus concorrentes.

#### 3.1.1.5 Persistente

Dentre as características do empreendedor, diversos autores se referem à necessidade de realização e persistência. Conforme Leite (2002), essas características são responsáveis por dirigir a atenção de um indivíduo para que execute da melhor forma possível suas atribuições, atingindo os objetivos propostos, de maneira eficaz, porém respeitando os limites estabelecidos por critérios de ética.

Para Somoggi (2000), ser persistente significa não desistir facilmente, sempre procurar uma forma de continuar, apesar das eventuais dificuldades que encontrar pela frente, fazer com que nada mude suas ideias, acreditar realmente em seus sonhos, ser otimista, e em hipótese alguma perder a noção da realidade. Em síntese, não ser indiferente ou ignorar alguma coisa que possa ser importante trazendo desdobramentos, e acreditar no que se faz.

Ser persistente significa tomar atitude diante de um obstáculo significativo, agir por diversas vezes ou mudar de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo, e assumir a responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos (SEBRAE, 1990).

Em Timmons (1994) é traçada uma relação entre a procura pelo conhecimento, a proatividade, e a persistência, quando afirma que o empreendedor é proativo ao definir o que quer aprender para realizar suas visões, e preocupa-se em ser persistente em aprender a aprender, porque sabe que no seu dia a dia será submetido a situações que exigirão a constante busca de conhecimentos, que em muitos casos não estão nos livros.

A persistência é uma característica empreendedora atribuída pelos comportamentalistas. Bandura (1994) estabelece uma relação entre persistência e autoeficácia. O autor comenta que as crenças da autoeficácia dirigem a maneira de agir do ser humano por processos cognitivos, emocionais, afetivos e decisórios, dando origem a diversos desdobramentos que afetariam a maneira de agir de uma pessoa frente a obstáculos, o esforço empreendido e a sua persistência.

Em relação à importância de o empreendedor ter confiança, Bandura (1994) afirma que o indivíduo sem as crenças da autoeficácia não terá incentivo para agir e persistir face às dificuldades, e que quaisquer balizadores da conduta humana têm nelas suas raízes.

Por outro lado, faz-se importante realçar que o indivíduo persistente não deve ser confundido com o indivíduo teimoso, que insiste em alcançar seus propósitos sem inovar, utilizando sempre os mesmos métodos, persistindo no erro, mesmo que o insucesso esteja evidente. Para Vieira (2005) o empreendedor deve persistir em busca de objetivos, mas o teimoso, mesmo com informações comprovadamente desfavoráveis, continua a insistir, configurando uma atitude imprudente.

No tocante ao nível de persistência do empreendedor, uma das formas de se avaliar esse indicador é pela análise da maneira como o indivíduo se porta diante de situações de frustração e *stress*. Para Ayres *et. al* (2001), os empreendedores convivem com aspectos que têm relação íntima com sua postura, posicionamento e atuação, tais como a imprevisibilidade, tolerância ao risco e a inconstância financeira, que caracterizam situações peculiares de elevado nível de *stress*.

De acordo com as características do setor em estudo, tanto o motorista autônomo quanto o funcionário vivem situações constantes de *stress*, de imprevisibilidade e de adversidades pelas próprias características de trabalho no dia a dia.

Essa constatação pode ser embasada por Penteado *et al.* (2008, p. 1), que realizaram pesquisa com o objetivo de analisar alguns aspectos de saúde e de trabalho de caminhoneiros, identificando possíveis relações, determinantes e/ou agravantes, de impactos negativos na sua qualidade de vida:

**Método:** Foram entrevistados 400 caminhoneiros do interior de São Paulo, na Rodovia SP-330. Utilizou-se um questionário fechado, que aborda aspectos da percepção dos motoristas sobre a sua saúde e trabalho.

**Resultados:** 59,5% dos trabalhadores são autônomos e 58,5% viajam em rota curta (no limite do Estado), trabalham em média 12,7 horas diárias e tem entre 5 a 8 horas de sono. Referiram problemas constantes ou ocasionais de postura (67,75%), auditivos (37,75%), estomacais (57,5%), resfriados/gripes (70%), sentimentos negativos como medo, estresse e depressão (58,5%), tonturas (23%), rouquidão (30,75%), pigarro (36,5%), tosse (53,5%). Quanto aos hábitos de consumo e comportamentos, ingerem café (87,75%), alimentos gordurosos (84,5%), bebidas alcoólicas (43%), energéticos (19,5%); fumam (32%) e usam outras drogas (2%).

Penteado *et al.* (2008) concluíram que diversos aspectos das condições de trabalho, hábitos e comportamento de motoristas de caminhão exercem impactos negativos sobre sua saúde, com prejuízos para a comunicação e a qualidade de vida.

Por sua vez, a pesquisa de Ayres (2003) que estudou sobre a incidência do stress nas características do empreendedor, apontou que os estressados apresentaram-se como pró-ativos mais frequentemente, e superaram os não estressados em quase todos os aspectos avaliados relativos às características do empreendedor, inclusive a persistência.

A condição de o empreendedor ter forças para suportar situações insatisfatórias de necessidades profissionais e pessoais, adversidades, desconfortos, sem perder o controle emocional e sem tomar atitudes intempestivas, mantendo a capacidade de superação e reação, indica seu nível de persistência em relação ao objetivo em jogo.

### 3.1.1.6 Sociável

Essa característica pode levar o empreendedor a se relacionar com pessoas, mantendo contatos sociais que de alguma forma possam representar dividendos no âmbito profissional. Conforme SEBRAE (1990), o empreendedor utiliza pessoas-chave como agentes para conseguir alcançar seus próprios objetivos, e age para desenvolver e manter seus relacionamentos comerciais.

Alguns autores como Granovetter (1985) e Aldrich e Zimmer (1986) denominam a característica de sociabilidade como abordagem de rede de contatos,

e descrevem as redes como parte integrante dos indivíduos, grupos ou organizações que buscam a consolidação.

Segundo Fillion (1991), as redes de contato podem envolver desde relações familiares, amigáveis, conhecidos, até relações com pessoas de um campo de interesse, ou seja, a rede de contato da empresa é um dos elementos que formam a visão empreendedora.

Dodd (1997) relata que o empreendedor deve ser estudado relacionado a todos os atores que com ele convivem, e nunca de maneira isolada, pois suas ações de planejamento e operação estão relacionadas diretamente com o meio no qual está inserido, e quanto maior a abrangência maior o leque de informações.

Pode-se estabelecer uma relação desta característica com um ponto chave que é a busca de informações relativas ao negócio. Seibold (1999) relata que conjuntos sociais diversificados possibilitam potencial para elevar a qualidade do desempenho dos participantes, gerando criação de novos conhecimentos.

Para que um indivíduo possa ter facilidades de relacionamento em redes sociais parte-se da premissa de que tenha habilidades de diálogo, fator que é abordado por Welp e Stoll-Kleemann (2006). Os autores salientam que o diálogo é representado por níveis de relacionamentos pessoais fundamentados no estabelecimento de vínculos de confiança e afetividade.

Todas essas afirmativas referentes à importância do diálogo no sentido de dar sustentabilidade a vínculos de confiança são tratadas com ênfase ao relacionamento com fornecedores por Paladini (1997). O autor menciona que a relação com os fornecedores deve ter objetivos comuns e com isso gerar interação positiva, evitando perdas recíprocas. Ambos podem auferir dividendos de maneira conjunta e parceira.

Supõe-se que a partir do momento em que o empreendedor tenha acesso a novos conhecimentos, oriundos de contatos externos combinados com conhecimentos que já possuía, poderá criar novos conhecimentos, de maneira mais ampliada, e tirar proveito no desempenho do seu negócio.

Para Baron e Shane (2007, p. 177) é muito mais provável que investidores forneçam capital a empreendedores com quem tenham algum vínculo empresarial ou social direto. São pessoas com quem eles tenham feito negócios antes, ou seus colegas de quarto à época da faculdade, não pessoas com quem não tenham vínculo.

Porque os vínculos sociais importam para o levantamento de fundos de novos empreendimentos? Há várias razões: primeiro, se o investidor conhece o empreendedor, haverá menor probabilidade de este tentar tirar vantagem do investidor. As relações sociais fazem as pessoas agirem de uma maneira menos egoísta, criando um sentido de obrigação e de generosidade... Segundo, os vínculos sociais fornecem uma maneira de invocar sanções contra as pessoas que prejudicaram outras... Terceiro, as relações sociais oferecem um meio eficiente para reunir informações sobre as pessoas... Quarto, os vínculos sociais, sejam diretos ou indiretos, criam atribuições positivas sobre as pessoas.

Segundo Rosa (2006) uma das características do motorista autônomo é de um indivíduo de poucas posses e recursos financeiros. Para Erhart e Palmeira (2006), normalmente necessita buscar empréstimos bancários, seja para pagar a mensalidade do caminhão ou ainda para a manutenção do seu veículo. Em outras situações busca até adiantamento de valores do frete com as empresas a quem presta serviço.

Parece ficar evidente a importância da característica sociável para o empreendedor, mas para que isso seja possível se faz necessário que possua determinadas habilidades possibilitando que de alguma forma consiga se sociabilizar.

Nesse sentido, Baron e Shane (2007) citam que para um empreendedor conduzir um negócio satisfatoriamente, necessita contar com várias habilidades que, em conjunto, podem contribuir com o chamado capital social, que se configura como importante recurso, resultado de estreitas relações entre indivíduos e outras estruturas sociais, caracterizados pela apreciação e respeito recíprocos.

Baron e Shane (2007, p. 334) descrevem as seguintes habilidades sociais, como úteis aos empreendedores:

**Percepção Social:** exatidão ao compreender os outros, incluindo a compreensão correta de seus motivos, características e intenções. Em outras palavras, isso se refere à habilidade de interpretar os outros corretamente.

**Expressividade:** habilidade de expressar suas próprias reações e emoções de forma que elas possam ser prontamente percebidas pelos outros. Isso é muito útil para gerar entusiasmo nas pessoas.

**Administração da imagem:** proficiência no uso de técnicas para induzir reações positivas nos outros quando os encontramos pela primeira vez para causar uma boa primeira impressão.

**Persuasão e influência:** habilidade em utilizar várias técnicas para mudar atitudes ou comportamentos dos outros nas direções desejadas.



Adaptabilidade social: habilidade de adaptar-se a uma ampla variedade de situações sociais e de sentir-se confortável com indivíduos cujas vivências são diversas.

Pode-se presumir, então, que as habilidades apresentadas por Baron e Shane (2007) sejam importantes para profissionais que mantêm contatos diversos com inúmeras empresas, como é o caso do motorista autônomo, objeto deste estudo. Dessas habilidades podem-se destacar a exatidão de compreender os outros, expressar suas próprias reações, e adaptar-se a diferentes situações sociais.

A análise nos estudos que abordam o fator humano e em especial os aspectos de caracterizam o sociável deve não apenas considerar a pessoa de forma individualizada, e sim levar em consideração o ambiente em que ela está inserida. Essa linha de raciocínio pode sugerir que uma mesma pessoa pode ter desempenho diferente nos seus relacionamentos, dependendo do ambiente em que está no momento.

### 3.1.1.7 Inovador

Conforme Drucker (1987), a característica da inovação pode ser definida como o instrumento pelo qual os empreendedores exploram a renovação como uma oportunidade para um novo negócio ou serviço, podendo ser apresentada como disciplina, de forma que possa ser entendida e colocada em prática.

O autor menciona ainda, que se trata do estabelecimento de algo novo, que difere de uma situação anterior, e que possa fazer com que um negócio apresente diferencial sobre os demais, agregando valor.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) definem a inovação como o segredo do desenvolvimento econômico, considerando que com o avanço da tecnologia caem as vendas dos antigos produtos ou serviços, minguando os antigos produtores, e que as invenções e inovações representam a base do futuro de qualquer unidade econômica.

Os autores mencionam a existência de três tipos de inovação: revolucionária, tecnológica e comum, e segundo eles essa última é a que ocorre com mais frequência visto que nasce da análise e da demanda do mercado.

Para Bessant e Tidd (2009), a inovação está relacionada é orientada pela habilidade de fazer relações, de visualizar oportunidades e de tirar vantagens das mesmas, envolvendo às vezes possibilidades completamente novas, como a exploração de avanços tecnológicos.

Com enfoque mais contemporâneo, Drucker (2008) relaciona a inovação ao tempo, mencionando que o processo inovador tem início com a análise das fontes de oportunidades inovadoras, e que em anos diferentes fontes diferentes terão importância diferente em ocasiões diferentes.

Nos dias de hoje, considerando o cenário de globalização, de muitos concorrentes, margens de lucratividade apertadas, avanço tecnológico, e rapidez na informação, sugere cada vez mais evidente a relação do fator tempo com a inovação.

Para Bessant e Tidd (2009), a inovação é um imperativo de sobrevivência, pois se uma empresa não for capaz de mudar o que oferece ao mercado e as formas como cria e entrega seus produtos, possivelmente estará em apuros.

O autor aponta que o empreendedor precisa saber ‘o quê’ precisa ser inovado, ‘porque’ e ‘quando’, fazendo menção ao fator tempo: “Entender que a inovação é um alvo móvel: gerenciá-la requer a construção de capacidade dinâmica” (BESSANT e TIDD, 2009, p. 45)

Para Sosnowski (2010, s.p) o empreendedor precisa saber quando é necessário um novo ciclo inovador:

Para os empreendedores, que vivem em mercados cada vez mais competitivos, o valor da inovação representa a própria sobrevivência do negócio. Reinventar processos e produtos é uma demanda constante que exige criatividade. Mas, se tudo o que é diferente passa a ser denominado inovação, caímos na banalização da palavra. E, convenhamos, um produto repaginado não muda paradigma algum – para mim, o princípio da inovação.

Voltando para a década de 80 cita-se Schumpeter (1982) que, numa visão economista, retrata que a inovação é o agrupamento de novas funções evolutivas

que de alguma forma modificam os processos de produção, criando novos formatos de organização do trabalho e produzindo novos produtos ou serviços, dando a possibilidade de abertura de outros mercados com a criação de novos hábitos e consumos.

A importância de examinar uma oportunidade identificada é abordada por Drucker (1987). De acordo com o autor a inovação deliberada e ordenada tem seu início no processo de análise das oportunidades, com a iniciativa de olhar, enxergar, indagar e descrever, de forma simples e concentrada, visando à liderança, e não necessariamente tornar-se, eventualmente, um grande negócio.

Hashimoto (2010a, p. 139) corrobora com a linha defendida por Drucker e estabelece outra relação entre inovação, identificação, e aproveitamento de oportunidades:

As oportunidades estão sempre presentes e surgem, às vezes, quando e onde menos esperamos. Elas podem estar em um problema, em uma necessidade do mercado, nas tendências da moda, em um conflito inesperado, inseridas em um comentário de uma dona de casa, e põem ser derivadas de novos produtos ou serviços lançados, e produzidas a partir de uma tecnologia em qualquer lugar e hora. Temos que ficar atentos o tempo todo às coisas que acontecem à nossa volta.

As abordagens de Drucker (1987) e de Hashimoto (2010a) acerca de inovação, identificação e aproveitamento de oportunidades podem ser relacionadas também à aplicabilidade, que sugere o quanto deve ser ampla a análise do processo inovador.

Drucker (2008) também relata que para se alcançar a inovação há três condições:

- 1ª inovação aliada a trabalho;
- 2ª que o empreendedor utilize seus pontos fortes; e
- 3ª a inovação deve causar efeito na economia e na sociedade.

As duas primeiras estão diretamente relacionadas à figura do empreendedor, e a terceira mais uma vez desvenda a relação da inovação com a aplicabilidade da ideia inovadora. Nos dias de hoje parece não haver muitos espaços para ensaios, as coisas precisam ter viabilidade e causar efeito com rapidez.

Quanto à aplicabilidade Andreassi (2002) faz uma comparação entre a indústria e o setor de serviços, como é o caso do segmento em estudo, e aponta que quando ocorre inovação em serviços decorrentes simplesmente da aplicação de tecnologia, os resultados obtidos ficam aquém dos esperados.

O autor afirma que para o setor de serviços, a tecnologia de maneira independente e desassociada do fator humano, não representa o desempenho corporativo ou a lucratividade de uma empresa de serviços. Nesse setor “[...] as habilidades e capacitações dos funcionários desempenham um papel central” (ANDREASSI, 2002, p.1).

Sob o aspecto comportamental a inovação é o eixo central do espírito empreendedor. Para Drucker (2008, p.36), “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade”.

O autor ainda destaca que o empreendedor precisa estar atento a mudanças no ambiente, devendo monitorar, por exemplo, mudanças demográficas, estrutura etária, composição, emprego, status educacional e renda – que provocam um forte impacto sobre o que será comprado, por quem e em que quantidade.

#### 3.1.1.8 Líder

Kets de Vries (1997) aponta que, a literatura sobre o tema liderança apresenta diversas definições, com inúmeros trabalhos científicos dando origem a muitas linhas de pesquisa, onde a maioria dos pesquisadores admite alguns traços comuns, como importantes para os líderes: consciência, energia, domínio, autocontrole, sociabilidade, abertura para novas experiências, conhecimento da importância de determinadas tarefas e equilíbrio emocional.

Para Adissi (1997) o empreendedor líder é aquele que transmite disposição, energia e capacidade para revolucionar um negócio, que prega a visão de futuro de modo tão empolgante que consegue acender a fagulha necessária para construir um negócio abrangente.

O autor transmite a idéia de que o líder seja uma pessoa que consegue envolver e mobilizar outras pessoas em torno de um objetivo comum, tendo a capacidade de fazer com que as forças converjam para um ponto central, único.

Kotler (2002) relaciona liderança a aspectos econômicos, como sendo basicamente o processo de ajudar a mudar situações fundamentais para aproveitar as condições mutantes da economia e do mercado.

Alguns autores também relacionam liderança com gestão. Como é o caso de Bennis (1996) quando afirmou que 'um bom gestor faz as coisas bem, enquanto um bom líder faz as coisas certas'.

Já Covey (2003) sob o aspecto de gestão aponta que liderança não é o mesmo que gerenciamento. O autor afirma que, gerenciamento é uma visão dos métodos, a melhor maneira de se conseguir algo. Já a liderança, considera os objetivos e as metas concentrando-se em conseguir algo desejado, e deve preceder ao gerenciamento.

Seja sob o aspecto econômico ou de gestão, a liderança é apontada como uma característica altamente útil para os empreendedores. De acordo com Krausz (1991) 'liderança é a forma de como o poder é utilizado no processo de influenciar as ações dos outros'.

Diante disso, aspectos relacionados ao relacionamento interpessoal são importantes para o empreendedor. Presume-se que o líder seja a pessoa que saiba trabalhar em equipe, possui habilidade para negociar com outras pessoas, tem facilidade para estabelecer contatos com eficiência e eficácia, e ainda valoriza o pensamento criativo.

Conforme Longenecker *et al.* (1997), empreendedores que alcançam sucesso em seus negócios possuem três fatores característicos que podem ser considerados vitais para que um negócio tenha sucesso: valores associados à carreira de empreendedor, habilidades gerenciais, e habilidades interpessoais. O autor indica que as habilidades interpessoais são as que conduzem ao bom relacionamento com clientes, responsáveis por fontes de financiamentos e empregados.

Kouzes e Posner (1999) defendem a tese de que os verdadeiros líderes sempre procuram dar atenção especial à habilidade de se comunicar, pois conhecem o poder que uma palavra tem sobre o ser humano.

Também dispensando uma atenção especial à habilidade de se comunicar, Baron e Shane (2007, p. 138) relatam que as pessoas de um modo geral se comunicam umas com as outras de maneiras inadequadas, o que acaba irritando e aborrecendo os interlocutores, mesmo não havendo intenção em fazê-lo, e mencionam a importância do *feedback*.

Isso acontece de maneiras muito diferentes, mas uma das mais comuns e importantes envolve o fornecimento de feedback, especialmente o negativo, de um modo inadequado. Em essência, há somente uma razão racional para o fornecimento de feedback negativo a outra pessoa: ajudá-la a melhorar.

O fato é que a habilidade de se comunicar deve ser considerada no processo empreendedor, seja por meio de palavras, da escrita, ou até por um simples olhar. Por isso o empreendedor precisa estar sempre atento no momento de comunicar-se com as pessoas, seja qual for o grau de importância que representem ao seu negócio.

Para Mintzberg *et al.* (2000), o papel do empreendedor com habilidades de liderança é muito importante nos momentos de crise, quando uma organização tende a buscar a figura de um líder forte, capaz de integrar os esforços em busca de reverter uma situação desfavorável.

Momentos de crise são abordados por Bessant e Tidd (2009), que afirmam que o aparecimento de conflitos pode ter origem em tarefas com discordâncias sobre metas e objeto do trabalho; em processos, geralmente relacionados com meios e métodos; ou ainda em relacionamentos com tendência de serem mais no campo emocional, muitas vezes envolto por hostilidade e raiva.

Os autores citam, que se o conflito for de um nível muito elevado, certamente é por que os indivíduos não se gostam e o ambiente pode ser caracterizado como de guerra. Já se o conflito for tênue pode significar a incidência de falta de motivação e desinteresse pelas tarefas.

O objetivo não é necessariamente minimizar o conflito e maximizar o consenso, mas manter um nível de conflito construtivo condizente com a necessidade da diversidade e uma gama de diferentes preferências e estilos criativos de resolução de problemas. Membros de grupos com preferências criativas e estilos de resolução de problemas semelhantes tendem a ser mais harmoniosos, mas menos eficazes do que aqueles em que há heterogeneidade em preferências e estilos. Assim, se o nível de conflito for construtivo, as pessoas se comportam de uma maneira mais madura. (BESSANT e TIDD, 2009, p. 85-86)

Conflitos podem ocorrer em qualquer momento e lugar e as situações ainda mais propícias, dependendo do nível de *stress*, cansaço, noites mal dormidas, recursos escassos, que segundo Masson e Monteiro (2010) são características

peculiares dos motoristas, o que pode sugerir que esse seja um público exposto a situações de conflito.

Quando se fala em liderança muitas pessoas associam esse tema à figura do líder, aquele indivíduo que tem uma equipe sob seu comando e a conduz, possuindo características e habilidades para tal.

No caso do motorista autônomo isso não ocorre, visto que trabalha sozinho. Porém um ponto a destacar no tocante à liderança, é que segundo Hollander (1978) esse fenômeno não ocorre apenas em situações onde há relacionamento de hierarquia, pois a liderança é um processo mais abrangente, que deve ser analisado em todas as partes que o compõem.

Como já mencionado, esse processo envolve habilidades interpessoais muito importantes para que um profissional possa conseguir se inter-relacionar com outras pessoas, como comunicação, percepção e motivação. É nesse sentido que o processo de liderança pode fazer parte da vida de um empreendedor.

### 3.2 EMPREENDEDOR AUTÔNOMO

A empregabilidade no Brasil sempre foi tema de grandes discussões e preocupação para o governo, num mercado de trabalho cada vez mais restrito e com elevada competitividade, em que empresas passam por processos de reestruturação constantemente, o que na maioria dos casos resulta em diminuição da estrutura organizacional.

Para Chahad (2003), durante a década de 90 o Brasil passou por grandes transições, com impactos na estrutura produtiva e com reflexos também no mercado de trabalho. Para o autor, as principais consequências foram a queda no emprego industrial, a estagnação do emprego com carteira assinada, e o aumento de forma atípica de contratação mediante ocupação autônoma.

Conforme Cruz (2006) a deficiência de qualificação de grande parte do contingente de trabalhadores no país, aliado ao avanço da tecnologia, com a introdução de novos métodos de produção redutores da força de mão de obra

agravou o cenário de desemprego e a condição de os trabalhadores conseguirem manter-se na estrutura formal de emprego.

Para Queiroz (2006) um dos motivos para o surgimento dos profissionais liberais ou autônomos ao longo da história pode estar relacionado à incapacidade do mercado de trabalho formal em absorver a força de trabalho disponível.

Conforme o autor, isso fez com que profissionais passassem a buscar alternativas de alocação de sua capacidade profissional, seja pela economia informal ou por outros instrumentos legais de exercício de atividades profissionais, como o trabalho autônomo legal, a atuação por meio de cooperativas e a abertura de uma pessoa jurídica para produzir bens ou serviços.

Essa temática com enfoque no cenário brasileiro foi abordada por Dornelas (2001). O autor apontou que após inúmeras tentativas de equilíbrio econômico e em razão das consequências do fenômeno da globalização mundial, as empresas partiram em busca de alternativas que de alguma forma possibilitassem o aumento de competitividade frente aos competidores, e talvez a principal delas, a redução de custos.

Uma das consequências imediatas foi o aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades, onde a concentração de empresas é maior. Sem alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a criar novos negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo, utilizando-se do pouco que ainda lhes restou de economias pessoais, fundo de garantia, etc. Quando percebem, esses profissionais já estão do outro lado. Agora são patrões e não mais empregados. Muitos ficam na economia informal, motivados pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas altas taxas de juros. (DORNELAS, 2001, p.15)

Isso não ocorreu apenas no Brasil, Rigsby (2002) descreve que nos Estados Unidos os negócios com formato autônomo cresceram em função de ajustes na economia e elevação dos índices de demissões do mercado de trabalho. Têm-se notado que o aumento de autônomos é em parte resultado de trabalhadores demitidos, que têm meios para financiar um novo empreendimento, e além disso perderam a motivação para procurar um novo emprego.

A pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2010) apontou a ocorrência no Brasil de certa aceleração do empreendedorismo por necessidade em detrimento do por oportunidade, mas para ambos percebe-se um crescimento.



A pesquisa GEM (2010) analisa que esse fato é certamente explicado pelo impacto da crise sobre o emprego, particularmente sobre o emprego industrial, que é o setor que mais emprega e conseqüentemente o que mais demite. Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade é fruto da natureza empreendedora da população brasileira, que mesmo ao observar a crise, vê que ela será passageira, e que após a tempestade boas oportunidades de negócios surgirão.

Além do crescimento da mão de obra autônoma estar relacionado aos aspectos econômicos e estruturais do país, ele também pode estar relacionado ao desejo e à intenção das pessoas.

A Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2011), revelou que o Brasil alcançou em 2010 a maior taxa de empreendedorismo entre países membros do G20 (grupo que integra as maiores economias do mundo), o que denota também a natureza empreendedora do brasileiro.

Essa linha de pensamento, da intenção de empreender, é estudada por Gelderem e Jansen (2006). Os autores afirmam que um dos motores mais importantes para o crescimento do trabalho autônomo é que as pessoas querem operar um negócio ao invés de trabalhar para alguém.

Afirmam, também, que a maioria das pessoas que parte para um negócio autônomo, ou abertura de pequenas empresas, gosta de ser responsável, de decidir sua própria estratégia, método de trabalho, e de regular o seu próprio tempo, enfim, querem ter autonomia.

Não obstante a isso, Gelderem e Jansen (2006) chamam a atenção para o fato de que mesmo que existam autores como Delmar (2000), que tendem a dar maior importância para os aspectos relacionados aos traços de personalidade, e outros como Rauch e Frese (2000), que dão maior importância para atitudes e comportamento, entendem que as duas linhas devem ser consideradas, porém estudos devem ser desenvolvidos com questionários próprios de pesquisa para cada uma delas.

Além de aspectos relacionados ao comportamento humano, às características intrínsecas que as pessoas que se transformam em empreendedores autônomos possuem, existem autores que também desenvolveram estudos atribuindo importância ao fato de o ambiente influenciar na decisão.

Mueller (2006), em seus estudos, analisou microdados de empreendedores de uma determinada região da Alemanha e chegou à conclusão de que o ambiente

em que o empreendedor está inserido pode de alguma forma influenciar na decisão de tornar-se autônomo.

Segundo o autor seu trabalho de pesquisa investigou o efeito que o local da atividade empresarial poderia influenciar na decisão do indivíduo empreendedor, e buscou responder essa questão por meio de combinações individuais de dados de empreendedores emergentes, com dados regionais sobre a atividade empresarial.

Os principais resultados encontrados por Mueller (2006) foram:

- o ambiente em que o empreendedor está inserido pode influenciar no indivíduo no início do processo de decisão, porém no momento em que o empreendedor tomou a decisão o papel desse modelo diminui;
- experiências anteriores acerca do negócio em que o empreendedor está envolvido podem ser mais importantes do que a própria educação formal;
- o fator social é um importante estímulo para empreendedores emergentes. Se um dos pais for um empreendedor autônomo a probabilidade de o filho vir a ser aumenta em um fator de 1,5; e
- ativos financeiros são menos importantes para empresários nascentes, porém as descobertas indicam que o empreendedorismo autônomo pode ser mais atraente para os indivíduos auferirem maior renda.

No Brasil outros fatores de influência são apontados pela Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2010), que revela condições que podem afetar o aparecimento do empreendedorismo autônomo, como sendo:

- apoio financeiro;
- políticas governamentais;
- programas governamentais;
- educação e capacitação;
- pesquisa e desenvolvimento;
- infraestrutura comercial e profissional;
- acesso ao mercado e barreiras à entradas;
- acesso à infraestrutura física, e
- normas culturais e sociais.

Já estudos realizados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), indicam que uma parcela significativa de brasileiros tem o sonho de trabalhar com um negócio próprio, sugerindo que o espírito empreendedor esteja relacionado com satisfazer as necessidades de autorealização de um indivíduo.

De um modo geral percebe-se que o empreendedorismo autônomo cresce e a necessidade por novas pesquisas também. Barbato, De Martino e Jacques (2009) mencionam, que a quantidade de empreendedores autônomos está aumentando a um ritmo mais rápido do que no formato de empresas, e que se tornam uma alternativa cada vez mais importante a outras formas de empreendedorismo.

Apesar desse crescimento se percebe que há muitos estudos na linha do empreendedorismo explorando empresários, mas raramente os estudos concentram-se em indivíduos que possuem um negócio autônomo. A esse respeito, Barbato, De Martino e Jacques (2009) relatam que com o grande crescimento dos negócios autônomos e a falta de investigação sobre eles cria-se a necessidade de se explorar e compreender melhor como os empresários autônomos diferem dos demais.

Kenney e Weinstein (2010) têm a mesma opinião, e são ainda mais enfáticos ao afirmarem que a literatura acadêmica é repleta de pesquisas discutindo as características dos empreendedores, no entanto há uma lacuna em relação aos perfis psicográficos dos trabalhadores independentes.

Os autores desenvolveram um estudo de revisão de literatura utilizando técnica de grupo nominal, e classificaram os trabalhadores autônomos em quatro grupos: exemplares, generalistas, paternalistas, e altruístas.

1. Exemplares: a palavra exemplar deriva da palavra latina *exemplum* e refere-se a um modelo desejado, ou algo que deve ser imitado. Essencialmente, são os empreendedores que têm um enorme impacto no seu segmento de atuação e na sociedade, tendendo a ser mais visionários, e configurando o grupo mais raro. Parecem estar conscientes de seus pontos fortes e fracos e tomam medidas proativas para mitigar os seus pontos fracos com relacionamentos estratégicos.

2. Generalistas: têm a necessidade de controle em praticamente todas as facetas do empreendimento. Tendem a ser tecnicamente muito proficientes, porém não possuem a mesma habilidade de liderança e visão inerente aos

exemplares. Essa verdade é evidente para todos, exceto para o próprio generalista, que é capaz de ver a si mesmo como um exemplar.

3. Paternalistas: veem seu empreendimento como uma extensão de si mesmos, alimentando-o como um pai age com uma criança, na medida em que parecem ser emocionalmente ligados à empresa e tomam decisões para protegê-la.

4. Altruístas: tendem a associar sucesso e obter benefícios por meio de uma causa social e/ou ajudar outras pessoas. Suas atividades empresariais são susceptíveis de estabelecer corporações sem fins lucrativos.

A Figura 5 também mostra, de forma resumida, os quatro perfis psicográficos na concepção de Kenney e Weinstein (2010).



Figura 5 – Perfis psicográficos de trabalhadores autônomos  
Fonte: Adaptado de Kenney e Weinstein (2010)

Constata-se que em virtude da necessidade de sobrevivência e das mudanças no mercado de trabalho já mencionadas e ocorridas nos últimos anos, é grande a participação de profissionais autônomos na abertura de novas empresas. Não é simples, porém, definir até que ponto um novo empreendimento tem origem em uma ação empreendedora, ou se a criação de novos negócios encoberta um mercado de trabalho estagnado e sem fluidez.

Especificamente no setor foco deste estudo, segundo dados da ANTT (2011) em 2008 estavam registrados no Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Carga (RNTRC) 763.000 transportadores autônomos, e em 2010 o número elevou-se para 1.076.759 registros em todo o Brasil, o que representa uma elevação de 41%.

Dados de pesquisas que mostrem a quantidade de abertura de novas empresas de maneira isolada, apenas como um indicador numérico não trazem substancialidade para afirmar a presença de empreendedorismo. Na abertura de um novo negócio, normalmente o proprietário não revela o motivo que o levou àquela atividade, atendo-se somente às questões legais e burocráticas que envolvem a abertura de uma firma de maneira formalizada.

Não se pode, portanto, considerar a mera abertura de um novo negócio como uma ação efetivamente empreendedora, sem efetuar uma pesquisa junto ao novo proprietário sobre suas motivações quanto à abertura do negócio. Além disso, são necessárias pesquisas que avaliem se o comportamento do proprietário frente ao negócio se assemelha às características de perfil empreendedor, pois do contrário se terá apenas opiniões, pontos de vista, segundo valores subjetivos do indivíduo que analisa o fato.

Para tanto se entende ser necessária uma análise mais ampla da situação, e para se obter respostas com maior conteúdo e embasamento efetuar-se estudos envolvendo as características que compõem o perfil empreendedor, como é o caso da propositura para o público foco desta pesquisa.

### 3.3 INTRAEMPREENDEDOR

Como já mencionado, o tema empreendedorismo necessita de maior profundidade em pesquisas, principalmente no Brasil, da mesma forma como o tema intraempreendedorismo.

Nas considerações até então apresentadas muito se tratou a respeito do empreendedor, indivíduos capazes de criar seus próprios negócios, e enfrentar o desafio de ser o criador do seu próprio posto de trabalho, porém muitos negócios além do seu criador possuem também a figura do intraempreendedor, e em determinadas situações o próprio empreendedor tem origem na figura de um intraempreendedor.

Os estudos mostram que o intra-empreendedorismo surgiu como uma decorrência natural do empreendedorismo e se impôs como uma maneira saudável para se reagir aos desafios empresariais do novo milênio (DANTAS, 2008, p. 17).

A terminologia intraempreendedor foi adotada por Pinchot (1978) com o objetivo de nomear o empreendedor interno. Aquele que, com uma ideia e com liberdade, incentivo e recursos da empresa para qual presta serviços, dedica-se de forma entusiástica em transformá-la em um produto ou um serviço de sucesso. Não deixaria a empresa para qual presta seus serviços, como faria o tradicional empreendedor, para viver emoções, riscos e os dividendos de uma ideia concretizada.

Anos após, Pinchot (1989) não faz menção de qualidade distintiva de comportamentos entre as figuras do empreendedor e do intraempreendedor. Ele afirma que os intraempreendedores, da mesma forma que os empreendedores, não são necessariamente inventores de novos produtos ou serviços, e que a sua contribuição está em agarrar-se a novas ideias ou até modelos e transformá-los em situações factíveis de lucro.

Uma visão oposta é apresentada por Chung e Gibbons (1997), de que independentemente do tipo ou do segmento de atuação de uma empresa, a figura do intraempreendedor sempre existirá. Os autores relacionam o intraempreendedor a uma pessoa que faz parte de uma organização e que de alguma forma utiliza o seu talento para criar projetos com origem individual e torná-lo coletivo.

Chung e Gibbons (1997) enfatizam ainda que as iniciativas intraempreendedoras ocorrem através da transformação de idéias, ou ainda por

criações de uma pessoa em operações coletivas, onde a organização implemente a estrutura e o ambiente organizacional favoráveis à ações de inovação internas, incentivando colaboradores a ter um comportamento como se fossem os próprios donos do empreendimento.

Observa-se no mundo, como um todo, grande necessidade de aparecimento de novos formatos gerenciais, novas técnicas, enfim, novas alternativas em razão do cenário de competitividade e complexidade dos processos em que empresas e profissionais estão envolvidos.

Segundo Kotler (2002), a história mostra que as organizações de sucesso são aquelas que promoveram mudanças em tecnologia, *marketing* ou no formato organizacional e conseguiram manter um *staff* de liderança comprometido e diferenciado em relação aos concorrentes.

Ao considerar esse cenário, fica fácil entender que a figura do intraempreendedor ganha força. As empresas valorizam o espírito empreendedor, estimulando seus funcionários a desprenderem forças para concretizarem suas ideias, com liberdade de ação e também com formas de recompensa.

A abordagem feita por Garcia, Gimenez e Toledo (2008), reforça a tese de que o intraempreendedor atua inserido dentro de uma empresa, comprometido com projetos que espera ter sucesso e conseqüentemente obter alguma recompensa pela sua dedicação. O intraempreendedor é considerado o próprio empreendedor, cujo potencial é posto à prova, nesse caso com a função adicional de empregado.

O aspecto de recompensa, seja econômica e/ou simbólica, pode ser considerado como uma maneira de incentivar ações intraempreendedoras. Segundo Bergamini e Coda (1997), o ideal é que exista um equilíbrio no conjunto a ser oferecido ao empregado, que pode englobar além de remuneração financeira, outros benefícios e até incentivos variáveis vinculados ao desempenho.

Além de recompensas financeiras existem também outras maneiras, que são chamadas de simbólicas e que podem ter significado relacionado com merecimento pela ação e não apenas com benefícios econômicos ou materiais. Levering (1997) relata que pequenas ações, como um simples texto com palavras de reconhecimento e elogio, podem gerar efeitos significativos no ânimo, na satisfação, no relacionamento interpessoal, fazendo até que o empregado compreenda o nível de confiança que a empresa está lhe atribuindo.

Mesmo que uma empresa tenha a intenção e o hábito de praticar a cultura de recompensa aos seus colaboradores, ela necessita possuir também procedimentos que possibilitem o acompanhamento no dia a dia.

Segundo Pellman (2004), as inovações originadas pelos funcionários devem ser continuamente acompanhadas, controladas e avaliadas, permitindo que a partir desse processo contínuo as pessoas possam ser recompensadas. Essa atitude pode fazer com que os funcionários se mantenham motivados a inovar cada vez mais, pois reconhecem que a empresa está valorizando suas ideias.

Existem também aqueles funcionários que se sentem motivados quando recebem algum trabalho com metas desafiadoras. Isso faz com que se sintam importantes, valorizados e conseqüentemente motivados, porém essa não é uma regra e em determinados momentos pode ocorrer o contrário.

Pode-se então fazer uma analogia da linha de pensamento de Pellman (2004), no tocante à importância de acompanhamento contínuo, com o estudo feito por Hashimoto (2009a). O autor relata que para muitos funcionários uma atividade desafiadora pode significar mais trabalho, maior dificuldade, sair da zona de conforto e, conseqüentemente, desmotivar o funcionário ao invés de motivá-lo.

Fica evidente, então, que um dos aspectos incentivadores para os intraempreendedores é a iniciativa, e, ao mesmo tempo, a importância de um controle contínuo para que o equilíbrio se estabeleça. Em outras situações, porém, podem estar envolvidos em um ambiente não saudável, que não aceita suas ideias empreendedoras, e a organização acaba criando barreiras às suas iniciativas, mesmo as que são virtualmente empreendedoras.

Morris, Allen, Schindehutte e Ávila (2006) afirmam que para que as organizações consigam intraempreendimentos e para que eles possam ser realizados sem a necessidade de ser camuflados, é fundamental que deixem os intraempreendedores agirem, sugerindo que haja um equilíbrio entre controle e autonomia.

Segundo Morris, Allen, Schindehutte e Ávila (2006) a autonomia tem o significado da autoridade para o intraempreendedor pôr em prática o que for necessário para poder se antecipar e desenvolver ações sobre oportunidades empreendedoras, com persistência e capacidade para promover adequações.



Ao comparar empreendedor, intraempreendedor e gerente, Hashimoto (2010a, p. 24) destaca que o perfil do intraempreendedor está muito mais próximo ao de um empreendedor tradicional do que de um gerente.

O empreendedor tem mais propensão de enfrentar desafios, assumir riscos e ser independente do que o gerente. Por outro lado, o gerente demonstra ser mais enérgico, controlador e confiante do que o empreendedor. O empreendedor é mais sonhador e criativo, o gerente mais realista. O empreendedor toma mais iniciativas e ousa mais, enquanto o gerente procura ambientes mais controláveis.

A existência da figura do intraempreendedor dentro das empresas é um fato. Os referenciais teóricos e as pesquisas em determinados momentos apontam opiniões contrárias, mas sugerem a possibilidade de existir diferenças entre os perfis de empreendedor e intraempreendedor. Além disso, outro ponto que chama a atenção é quanto à necessidade de que o intraempreendedor tenha autonomia balanceada, para poder atuar nas instituições que representam.

### 3.4 RESUMO DO CAPÍTULO

No resumo do capítulo 3 percebe-se que a categoria em estudo é composta de um público com características bastante específicas, não apenas sob o aspecto de trabalharem como profissionais autônomos, mas pelas peculiaridades do dia a dia de trabalho, com viagens constantes, restrições de recursos financeiros e instrucionais, incertezas e grande competitividade concorrencial.

Por essas características fica a indagação de quais motivos teriam os motoristas funcionários para empreenderem e se tornarem motoristas agregados ou autônomos, num cenário de tantas adversidades e dificuldades. A proposta desta pesquisa segue no sentido de responder a essa indagação nas características do perfil empreendedor, analisando oito atributos propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009).

Feitas as abordagens conceituais acerca dos oito atributos que fazem parte do perfil empreendedor, inicialmente fica bastante evidente que cada um deles tem a sua razão própria de importância para o indivíduo empreendedor. Outro ponto a ressaltar é que parece haver uma interação muito grande entre os atributos que compõem o perfil empreendedor, visto que por vezes identificaram-se relações entre eles.

Os atributos têm sua representação de importância individualizada, mas em determinados momentos eles parecem se complementar:

- o lado ‘planejador’ auxiliando com informações o lado ‘assumir riscos calculados’, para que este minimize as possibilidades de risco;
- o ‘assumir riscos calculados’ auxiliando a ‘detectar oportunidades’, e este, por sua vez, propiciando possibilidades de inovar’;
- a ‘autoeficácia’ relacionada aos aspectos psicológicos do indivíduo, como a percepção e a motivação, interferindo para que o indivíduo seja ‘persistente’; e
- o atributo ‘liderança’, relacionado às habilidades interpessoais de comunicação e percepção, possibilitando o ‘sociável’.

Essa integração entre os atributos que compõem o perfil empreendedor pode sugerir que haja relação de complementaridade entre eles.

No tocante ao objetivo desta pesquisa, que é o de encontrar resposta para a pergunta: “em qual categoria de motoristas predomina o perfil empreendedor?”, pode-se sugerir a possibilidade de que os oito atributos considerados neste estudo possam interferir de alguma forma, e com graus de intensidades distintos.

## 4 METODOLOGIA DA PESQUISA

A partir dos objetivos, hipóteses e fundamentação teórica apresentada apresenta-se, a seguir, a metodologia desta pesquisa, considerando seu objeto de estudo, amostra, método, validação do instrumento de coleta de dados, tratamento e análises estatísticas.

Para alcançar os objetivos propostos foi adotada uma metodologia que pudesse viabilizar a coleta de dados relacionados ao perfil empreendedor dos motoristas funcionários, agregados e autônomos, permitindo análise de associação entre as três categorias.

Define-se o método científico como o conjunto de processos ou operações mentais que se deve empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa. (GIL, 1999).

Para a realização deste estudo, bem como responder à questão proposta, optou-se como método pela pesquisa quantitativa, efetuando-se levantamento bibliográfico acerca do perfil empreendedor. Utilizou-se o modelo proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009), com o objetivo de delimitar informações pertinentes, e posteriormente a coleta de dados foi feita por meio de questionário impresso no formato Likert.

A pesquisa quantitativa é considerada um meio de testar teorias objetivas, fazendo exame da relação entre as variáveis, que podem ser medidas por instrumentos, para que a base de dados numérica possa ser analisada por procedimentos estatísticos (CRESWELL, 2010).

Creswell (2010) sugere como estratégia alternativa da investigação, para uma pesquisa quantitativa, a pesquisa de levantamento. O autor menciona que esse tipo de pesquisa possibilita uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes, ou de opiniões acerca de uma população, incluindo estudos transversais e longitudinais, e para a coleta de dados podem ser utilizados questionários, como é o caso deste estudo.

Para o desenvolvimento deste estudo foram entrevistados motoristas sediados no município de Campinas/SP, entre os meses de março e maio/2011. Os questionários foram entregues pessoalmente aos motoristas e respondidos na presença do pesquisador. Esse procedimento teve a intenção de colaborar com

esclarecimentos em caso de dúvidas ou dificuldades de entendimento de determinadas questões.

#### 4.1 OBJETO DE ESTUDO

A profissão de motorista é apontada como a mais importante do setor de transporte brasileiro, visto que todo caminhão requer a presença desse profissional para ser operado.

Trata-se de uma função vital para o setor de transporte rodoviário de cargas, e o cenário que se apresenta é de escassez de mão de obra. Segundo estimativas da NTC&Logística, existe hoje um déficit no país de pelo menos 120 mil motoristas, e o pior é que essa evidência aponta que não existe interesse por parte dos jovens de enveredar para essa profissão (NTC&LOGÍSTICA, 2011).

Considerando os dados da Agência Nacional de Transporte Terrestre - ANTT (2011) de que existem no Brasil 1.583.934 veículos de transporte de carga, presume-se que o déficit apontado pela NTC&Logística representa 8% do total.

Como já mencionado, o estudo de Castro (1988) indica que a abertura de novas transportadoras se dá através da migração de motoristas autônomos para a condição de empresa, e que há indícios de que a entrada de novos profissionais autônomos ocorra por meio da evolução do motorista funcionário à situação de autônomo.

Vertente que é corroborada por Bertolazzi (1998) que indica existir uma tendência evolutiva na profissão de motoristas no setor de transporte rodoviário de cargas, com a existência de três fases: do empregado, do autônomo, e do empresário.

Ao considerar esse cenário estima-se que muitos dos motoristas autônomos e agregados tiveram suas origens como motoristas funcionários de transportadoras, empreenderam e migraram para trabalhar de forma autônoma.

Essa linha de raciocínio está diretamente relacionada ao problema desta pesquisa. Além disso, existe a relação com a hipótese de que características

empreendedoras são encontradas com maior frequência em motoristas autônomos, do que em motoristas agregados e funcionários.

A compreensão do cenário atual vivido no setor de transporte rodoviário de cargas, atrelado aos conceitos de empreendedorismo e do perfil empreendedor, tornam-se primordiais para responder à questão abordada neste estudo, pois analisam as diferenças entre o perfil empreendedor de motoristas funcionários, agregados e autônomos, para atender às expectativas demonstradas nos objetivos.

## 4.2 POPULAÇÃO

A população foco desta pesquisa concentra-se no município de Campinas, no interior do estado de São Paulo. Trata-se de uma cidade com área territorial de 795 km<sup>2</sup>, com população superior a um milhão de habitantes, conforme Tabela 2, apresentando, portanto, similaridades com grandes cidades brasileiras, inclusive capitais de Estados.

Tabela 2 – População município de Campinas

<b>Item</b>	<b>Quantidade Pessoas</b>
População	1.080.113
Homens	520.865
Mulheres	559.248

Fonte: IBGE (2010)

Outros dados indicam a representatividade econômica da cidade. Conforme dados do IBGE (2008), o Produto Interno Bruto (PIB) de Campinas em 2008 era de R\$ 29.363.064,180 mil, sendo o maior da Região Metropolitana de Campinas, o quinto do estado de São Paulo e o décimo terceiro de todo o país.

No tocante ao setor em estudo, a Pesquisa Anual de Serviços do IBGE, contendo dados do ano 2009, aponta que a atividade de transporte rodoviário

destacou-se das demais ao apresentar a maior participação em todas as variáveis investigadas: número de empresas (80,5%); pessoal ocupado (67,0%); receita operacional líquida (53,8%); e salários, retiradas e outras remunerações pagas (50,8%). O transporte rodoviário de cargas respondeu por 78,6% do número de empresas do setor.

Além disso, o setor de transportes gerou R\$ 127 bilhões de receita operacional líquida em 2009. Dentre os serviços, um dos destaques foi a atividade de transporte rodoviário, que contempla o transporte de cargas e o transporte de passageiros (IBGE, 2009).

Segundo dados da Agência Nacional de Transporte Terrestre - ANTT (2011) existem registrados no Brasil 527.105 transportadores autônomos de carga, que podem atuar como motoristas autônomos ou agregados. Além disso, 97.531 empresas de transporte rodoviário de cargas que representam 837.598 veículos registrados.

Dados da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística NTC&Logística (2011) indicam que o transporte rodoviário de carga responde por 5,6% do PIB nacional, e gera 3,5 milhões de empregos (Cruz, 2008).

#### 4.3 AMOSTRA

A amostra foi obtida de maneira intencional, junto às três categorias de motoristas: funcionários, agregados e autônomos, do setor de transporte rodoviário de carga da cidade de Campinas/SP.

Os motoristas entrevistados, eram participantes de treinamentos realizados na Unidade Sest/Senat de Campinas, da qual o autor desta pesquisa é Dirigente. Todas as entrevistas foram realizadas pelo autor da pesquisa, que nestas ocasiões reunia um grupo de motoristas, explicava o motivo da realização da pesquisa e solicitava a especial colaboração para o preenchimento do questionário.

Inicialmente a pesquisa tinha por objetivo coletar dados de uma amostra de 150 motoristas, com um terço desse valor para cada categoria de motoristas, com o entendimento de que esse contingente representa uma quantidade significativa de motoristas.

Durante o desenvolvimento dos trabalhos conseguiu-se um número maior de colaboradores para a categoria funcionários: setenta respondentes. Para que a amostra não tivesse números diferentes de participantes entre os três tipos de categorias, decidiu-se por ampliar a coleta para as outras duas, de maneira que foram obtidos duzentos e dez respondentes no total, sendo setenta para cada categoria de motoristas.

Os motoristas não representam uma única empresa, pelo contrário, foram entrevistados de maneira aleatória, e representam diversas empresas do segmento de transporte rodoviário de cargas. Pelo fato de não fazer parte do escopo desta pesquisa relacionar os motoristas com qualquer empresa específica, a vinculação destes com as empresas não foi considerada.

Pelo fato de o estudo estar delimitado na cidade de Campinas, somente foram entrevistados motoristas sediados nesta cidade. Os motoristas de outras cidades que estavam presentes no momento, não foram entrevistados.

Como neste estudo a proposta é avaliar o perfil empreendedor de motoristas rodoviários do segmento do transporte de cargas, somente responderam ao questionário motorista desse segmento, portanto não foi admitida a coleta de dados de motoristas do transporte de passageiros.

Como um dos objetivos específicos é o de avaliar a correlação entre o perfil empreendedor e idade dos motoristas, uma das preocupações era que houvesse motoristas de várias faixas de idade no rol dos respondentes.

Os respondentes preencheram o instrumento de coleta de dados de forma presencial, face a face, quando se procurou deixar claro para todos os seguintes aspectos:

- os objetivos da pesquisa no campo científico;
- a garantia de sigilo nas informações e possibilidade de anonimato: diversos respondentes não anotaram nome e *e-mail*, pois quiseram manter-se anônimos;
- orientação quanto ao preenchimento do questionário; e
- orientação quanto ao significado de cada simbologia.

Em todos os momentos em que houve dúvidas, os respondentes foram orientados para que as dúvidas fossem esclarecidas, objetivando minimizar impactos nas respostas emitidas.

#### 4.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quando não se dispõe de maneiras diretas de aferição, o que pode ocorrer constantemente com aspectos subjetivos, faz-se necessário recorrer ao uso de escalas, que são instrumentos científicos de observação e mensuração de fenômenos sociais. Segundo Ander Egg (1978), a escala foi idealizada com o objetivo de medir a intensidade das atitudes e opiniões na forma mais objetiva possível.

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário no formato Likert de cinco pontos. Dentre as escalas esta pode ser considerada a mais notável, em razão de sua grande utilização. O autor, em 1932, propôs uma escala de cinco pontos que se tornou paradigma da mensuração qualitativa, conforme Pereira (1999).

Selltiz *et al.* (1967) também tinham a mesma opinião, mencionando que essa escala é largamente utilizada no estudo de atitudes sociais, em que os sujeitos devem responder a cada item, com vários graus de acordo ou desacordo.

A escala Likert está alicerçada no estabelecimento de premissas de relação entre atributos de um objeto e uma representação simbólica desses atributos. Essa escala solicita do respondente que, a uma dada afirmativa, expresse o seu grau de concordância, geralmente do tipo: ótimo; bom; regular; ruim e péssimo (PEREIRA, 1999).

Outro ponto a ser destacado é que esse tipo de questionário atende as premissas de uma pesquisa quantitativa. A escala apresenta facilidade quanto à sua elaboração e construção, e tende a ter maior precisão do que outras, pois possibilita o maior número de respostas possível, geralmente cinco alternativas, como no caso desta pesquisa.

Além de permitir maior amplitude a cada item, é mais homogênea e aumenta a probabilidade de mensuração de atitudes unitárias, e, por fim, baseia-se em dados empíricos relacionados às respostas dos sujeitos (SELLTIZ *et al.*, 1967; RAGAZZI, 1976).

O questionário com 32 proposições pertinentes ao tema, no formato Likert, para aplicação nas três categorias de motoristas está apresentado no Apêndice A.



A Tabela 3, a seguir, mostra a definição das variáveis semânticas e suas pontuações, em uma escala de cinco pontos, utilizadas para realizar as medições das proposições focadas no objetivo geral e em cada hipótese levantada.

Tabela 3 – Classificação de variáveis semânticas

<b>Variáveis Semânticas</b>	<b>Simbologia</b>	<b>Pontuação</b>	<b>Definição</b>
Discordo Totalmente	DT	1	Se entender que a afirmação é totalmente contra o seu entendimento
Discordo Parcialmente	DP	2	Se entender que a afirmação é parcialmente contrária ao seu entendimento
Indiferente	I	3	Se entender que a afirmação possui aspectos discordantes e concordantes com o mesmo peso
Concordo Parcialmente	CP	4	Se entender que a afirmação está parcialmente de acordo com o seu entendimento
Concordo Totalmente	CT	5	Se entender que a afirmação está totalmente de acordo com o seu entendimento

Fonte: Adaptado de Pereira (1999)

Cabe observar que a lista de proposições foi elaborada por meio de consulta bibliográfica, com embasamento nos estudos feitos por Schmidt e Bohnenberger (2009), que a partir de suas pesquisas, propuseram o estudo de oito atributos para identificar o perfil empreendedor: autoeficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança.

No campo específico dos dados, foram coletadas informações relacionadas ao perfil demográfico dos participantes: gênero, idade, estado civil, escolaridade, tempo de serviço, tipo de vínculo com empresas, se tem caminhão próprio, e se trabalha com mais de uma empresa.

As afirmativas foram dispostas no questionário de forma aleatória, não estando na ordem lógica de grupos por tipo de atributo, para que os respondentes não fizessem vinculação direta entre cada proposição. Buscou-se, com isso, dar maior respaldo de lucidez nas respostas de cada um.

Como a proposta desta pesquisa é de identificar o perfil empreendedor a partir dos estudos de Schmidt e Bohnenberger (2009), todo o foco de pesquisa e a construção do questionário deram-se considerando os atributos: autoeficaz; assume

riscos; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador; e líder, conforme os Quadros 4 a 11.

Quadro 4 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘autoeficaz’

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Autoeficaz	1 - Prefiro trabalhar sem ter chefe.					
	2 - Tenho preferência por trabalhar de forma autônoma para ter maior autonomia profissional.					
	3 - Sempre que posso prefiro determinar minhas próprias metas e objetivos de trabalho.					
	4 - Quando planejo minha viagem tenho certeza que serei capaz de realizá-la.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

As proposições relacionadas ao atributo ‘autoeficaz’ têm por objetivo abordar a autonomia e a iniciativa do respondente de não trabalhar sob o mando de um chefe, de determinar suas metas e objetivos e de poder traçar seu próprio planejamento.

Quadro 5 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘assume riscos calculados’

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Assume riscos calculados	5 - Procuo conhecer bem a estrada que vou pegar para não ter surpresas desagradáveis.					
	6 - Eu assumiria uma dívida elevada de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.					
	7 - Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.					
	8 - Apostaria minhas economias em um negócio com altas chances de sucesso.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

O atributo ‘assume riscos calculados’ é abordado pelas proposições para procurar associar o respondente a situações de incerteza e de não poder contar com ambiente de total segurança, como arriscar suas economias, assumir dívidas, viajar e ter surpresas na viagem.

Quadro 6 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘planejador’

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Planejador	9 - Tenho um bom plano da minha vida profissional a longo prazo.					
	10 - Antes de pegar a estrada procuro ver se está tudo certo com a carga e com o caminhão.					
	11 - Procuro estabelecer um planejamento para realizar as manutenções do meu caminhão.					
	12 - Pretendo continuar neste ramo para acumular lucro para aposentadoria.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

O atributo ‘planejador’ contou com proposições relacionadas à busca da capacidade dos respondentes em não apenas tomar decisões no tempo presente, mas também imaginar aquilo que desejam alcançar.

Quadro 7 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘detecta oportunidades’

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Detecta oportunidades	13 - Consigo com frequência melhores serviços (viagens) do que meus colegas.					
	14 - Quando surge um bom negócio Eu procuro estar na disputa.					
	15 - Se for investir em um caminhão procurarei em vários Bancos para buscar a menor taxa de juros.					
	16 - A rentabilidade da viagem é mais importante do que o seu tempo de duração (ou seja, se é curta ou longa).					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

As proposições relacionadas ao atributo ‘detecta oportunidades’ procuram identificar a habilidade de o respondente identificar, reconhecer e capturar possíveis oportunidades de negócio.

Quadro 8 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo ‘persistente’

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Persistente	17 - Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.					
	18 - Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la.					
	19 - Me apego bastante a uma ideia quando ela me parece ser boa.					
	20 - Quando consigo o que quero, quase sempre é por que me esforcei muito.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

O atributo 'persistente' observa a posição dos respondentes quanto à capacidade de indivíduo centrado na capacidade de trabalhar de forma intensiva, com foco na perseverança e na determinação de seus objetivos.

Quadro 9 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo 'sociável'

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Sociável	21 - Me relaciono facilmente com outras pessoas.					
	22 - Os contatos sociais que tenho são importantes para minha vida profissional.					
	23 - Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente.					
	24 - Tenho interesse em participar de grupos de trabalho e associações profissionais.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

As proposições contidas no grupo de atributo 'sociável' buscam observar a capacidade dos respondentes no relacionamento com outras pessoas, no convívio social, e a importância que dão para os contatos sociais que possuem.

Quadro 10 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo 'inovador'

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Inovador	25 - Encontro soluções criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.					
	26 - Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.					
	27 - Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.					
	28 - Sou conhecido por ter várias ideias com frequência.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

O atributo 'inovador' contou com proposições que analisam a propensão de os respondentes desenvolverem ações criativas, com mudanças de formas de trabalho, fugindo da rotina, além do quanto são reconhecidos como inovadores.

Quadro 11 – Descrição do questionário baseado nas proposições do atributo 'líder'

Grupo Atributo	Proposições	DT	DP	I	CP	CT
		1	2	3	4	5
Líder	29 - Sou bastante conhecido no segmento de transporte rodoviário de cargas.					
	30 - Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.					
	31 - As pessoas respeitam a minha opinião.					
	32 - No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.					

Fonte: Elaborado pelo autor (2011)

Por fim, o último dos atributos em estudo, 'líder', contém proposições relacionadas ao posicionamento dos respondentes quanto a ser reconhecido no setor onde atua, de influenciar a opinião de outras pessoas, e de ser procurado para emitir parecer sobre determinados assuntos.

## 4.5 VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

### 4.5.1 Validade de conteúdo da escala

Procedeu-se ao teste da validade de conteúdo, o que significa investigar se cada uma das proposições constantes da escala realmente está associada à variável a medir.

Conforme Erthal (2003), a validade de conteúdo de uma escala pode ser obtida pelo questionamento feito a diferentes juízes que nesta pesquisa foram denominados especialistas, os quais, por sua vez, apontam os objetivos relevantes a medir, e analisam a representatividade dos itens.

No presente caso trata-se de investigar se as 32 proposições referem-se às características para identificar o perfil empreendedor dos motoristas autônomos e motoristas funcionários, conforme o referencial teórico adotado.

A validade de conteúdo foi desenvolvida considerando a avaliação feita por quatro especialistas da área: três professores com título de Mestre e um empresário do setor em estudo.

Para essa avaliação Meireles e Sanches (2010) destacam que os participantes recebem uma lista com afirmativas previamente definidas e ao lado do número de cada proposição devem registrar dentre três possibilidades de marcadores, conforme sua análise. Para esta pesquisa os marcadores foram:

Marque com:

- x: para as proposições que, no seu entender, seguramente estão associadas a características atitudinais do perfil empreendedor;
- xo: para as proposições que, no seu entender, estão relacionadas a características atitudinais do perfil empreendedor, porém são menos seguras do que as marcadas com x;
- não: para as proposições que, no seu entender, não estão associadas a características atitudinais do perfil empreendedor.

Dessa forma, um não significa que a proposição não pertence ao tema, não é adequada para figurar na Escala; um sinal xo significa que a proposição pode ser ambígua. Adotou-se o critério de eliminar da Escala, no presente teste de validade de conteúdo, todas as proposições com validade negativa > dois não (MEIRELES e SANCHES, 2010).

Os resultados fornecidos pelos quatro especialistas podem ser vistos no Apêndice B, e conforme os critérios adotados, a proposição P20 foi excluída da Escala.

#### **4.5.2 Verificação da consistência interna da escala**

Inicialmente aplicou-se um pré-teste em 26 motoristas escolhidos aleatoriamente, em janeiro/2011.

Para explicar o teste da consistência interna das proposições Meireles e Sanches (2010) mencionam Baquero (1974), e explicam que um item é válido se guarda correlação com os resultados globais da escala como um todo.

Os passos adotados, conforme Baquero (1974), foram os seguintes:

- Passo 1: a Escala foi aplicada a um conjunto de 26 respondentes.
- Passo 2: as respostas recebidas foram tabuladas, e os Apêndices C e D mostram a tabulação das respostas. No Apêndice C estão as respostas que alcançaram valores acima da mediana, e no D as respostas que alcançaram valores abaixo da mediana.
- Passo 3: foi efetuado o cálculo da mediana para distinguir dois grupos de respondentes, os que obtiveram índices superiores à média, chamados de T1, e os que obtiveram índices abaixo da média, chamados de T2.
- Passo 4: foi efetuado o cálculo das diferenças entre T1 e T2 para cada proposição, coluna T1 - T2, e dividido por 26, que é o tamanho da amostra, resultado que foi assim calculado:  $[D=(T1 - T2) \div 10]$ . Ver Apêndices C e D.
- Passo 5: foram eliminadas as proposições cujo valor  $D < 1$ , com exceção de valores negativos. O valor D é o critério para selecionar as proposições que não possuem poder discriminatório, isso é: elas não diferenciam sujeitos do grupo T1 do grupo T2. Nos casos onde D resultou em valor negativo, adotou-se o critério de não exclusão da afirmativa, considerando haver poder discriminatório.

Com base nesses resultados as proposições P3, P10, P14, P24 e P31 foram excluídas da escala, pois apresentaram valor  $D < 1$ .

#### 4.5.3 Teste da validade de constructo da escala

Conforme Pasquali<sup>4</sup> (2003) *apud* Meireles e Sanches (2010), a validade de constructo é um conceito que foi elaborado por Cronbach e Meehl (1955), embora o conceito já tivesse uma história sob outros nomes, tais como validade intrínseca; fatorial e até validade aparente (face validity).

<sup>4</sup> PASQUALI, L. **Psicometria: teoria dos testes na psicologia e na educação**. Petrópolis: Vozes, 2003.

O índice  $\alpha$  estima quão uniformemente os itens contribuem para a soma não ponderada do instrumento, variando numa escala de 0 a 1. Essa propriedade é conhecida por consistência interna da escala, e assim o  $\alpha$  pode ser interpretado como coeficiente médio de todas as estimativas de consistência interna que se obteriam se todas as divisões possíveis da escala fossem feitas (CRONBACH, 1951).

Para aferição da confiabilidade dessa Escala, a validade do constructo, utilizou-se o coeficiente  $\alpha$  de Cronbach através do *software* SPSS 11.x. O valor *alfa* varia de 0 a 1. Esse *software* tem a função *Reliability Analysis*, que possibilita a análise de confiabilidade de um instrumento de coleta. Foram obtidos nos seguintes resultados:

A Tabela 4, a seguir, apresenta o sumário de processamento, mostrando o número de variáveis válidas e eventuais variáveis excluídas com base no procedimento de análise. No presente caso não ocorreu exclusão de variável alguma, como se mostra a seguir.

Tabela 4 – Número de variáveis válidas

		N	%
<b>Cases</b>	<b>Valid</b>	26	100.0
	<b>Excluded(a)</b>	0	.0
	<b>Total</b>	26	100.0

Notas: N = nº de amostras

Fonte: *Software* SPSS 11.x - resultado da pesquisa (2011)

A Tabela 5 a seguir, mostra os valores das médias e desvios padrão.



Tabela 5 – Valores de médias e desvio padrão

<b>Propositions</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>N</b>
P1	3.81	.939	26
P2	4.27	.778	26
P4	3.96	1.038	26
P5	4.15	.881	26
P6	3.88	1.451	26
P7	3.27	1.485	26
P8	4.08	1.354	26
P9	4.15	.834	26
P11	4.46	.761	26
P12	4.12	1.423	26
P13	2.92	1.412	26
P15	4.38	1.098	26
P16	3.35	1.325	26
P17	4.00	.980	26
P18	4.23	1.107	26
P19	4.12	.952	26
P21	4.96	.196	26
P22	4.38	.852	26
P23	3.65	1.129	26
P25	4.15	.967	26
P26	4.08	1.164	26
P27	4.12	.952	26
P28	3.62	1.098	26
P29	2.50	1.175	26
P30	3.88	.864	26
P32	3.96	.958	26

Notas: N = n<sup>o</sup> de amostras

Fonte: *Software* SPSS 11.x - resultado da pesquisa (2011)

A tabela 6 mostra a correlação entre as proposições e as respostas dos respondentes.

Tabela 6 – Matriz de covariância calculada e utilizada na análise

Prop.	P1	P2	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P11	P12	P13	P15	P16	P17	P18	P19	P21	P22	P23	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P32
P1	1.000	.512	.443	.376	.394	.010	.138	.193	.297	.197	.471	.230	.216	.304	.006	.473	-.042	.396	.350	-.054	.197	.115	.119	.417	.169	.525
P2	.512	1.000	.459	.229	.454	.177	.321	.489	.390	.332	.566	.389	.372	.368	.157	.389	-.192	.502	.338	.102	.286	.335	.267	.328	.286	.337
P4	.443	.459	1.000	.444	.209	.163	.230	.469	.327	.084	.625	.189	.562	.236	.112	.288	-.204	.289	.056	.165	.135	.086	.337	.344	.173	.360
P5	.376	.229	.444	1.000	.234	.181	.292	.511	.308	.145	.589	.102	.364	.232	.455	.741	-.196	.398	.377	.394	.574	.264	.560	.309	.340	.576
P6	.394	.454	.209	.234	1.000	.535	.473	.280	.449	.394	.464	.581	.292	.591	.142	.213	-.016	.522	.145	.469	.337	.300	.272	.129	.563	.140
P7	.010	.177	.163	.181	.535	1.000	.089	.321	.204	.117	.201	.228	.134	.302	.204	.317	.174	.136	.082	.471	.404	.090	.287	-.080	.493	.120
P8	.138	.321	.230	.292	.473	.089	1.000	.202	.236	.078	.422	.410	.475	.332	.415	.148	-.139	.459	.044	.510	.351	.272	.370	.453	.350	.280
P9	.193	.489	.469	.511	.280	.321	.202	1.000	.577	.288	.520	.108	.276	.490	.567	.329	-.207	.364	.229	.465	.688	.229	.548	.041	.636	.408
P11	.297	.390	.327	.308	.449	.204	.236	.577	1.000	.466	.481	.258	.073	.322	.486	.144	-.144	.209	.426	.389	.275	.255	.173	.269	.450	.245
P12	.197	.332	.084	.145	.394	.117	.078	.288	.466	1.000	.303	.252	.042	.545	.008	.049	-.127	.457	.399	.074	.043	.226	.260	.108	.304	-.143
P13	.471	.566	.625	.589	.464	.201	.422	.520	.481	.303	1.000	.458	.656	.260	.421	.483	-.300	.491	.183	.273	.418	.453	.444	.338	.419	.234
P15	.230	.389	.189	.102	.581	.228	.410	.108	.258	.252	.458	1.000	.345	.520	.089	.109	-.114	.690	.079	.206	.070	.606	.526	.248	.428	-.137
P16	.216	.372	.562	.364	.292	.134	.475	.276	.073	.042	.656	.345	1.000	.247	.243	.253	.053	.515	-.104	.331	.293	.316	.453	.116	.176	.168
P17	.304	.368	.236	.232	.591	.302	.332	.490	.322	.545	.260	.520	.247	1.000	.111	.129	.208	.814	.217	.464	.316	.300	.632	.000	.520	.128
P18	.006	.157	.112	.455	.142	.204	.415	.567	.486	.008	.421	.089	.243	.111	1.000	.202	.043	.199	.259	.563	.638	.429	.405	.246	.573	.424
P19	.473	.389	.288	.741	.213	.317	.148	.329	.144	.049	.483	.109	.253	.129	.202	1.000	-.190	.288	.560	.197	.497	.161	.465	.268	.260	.444
P21	-.042	-.192	-.204	-.196	-.016	.174	-.139	-.207	-.144	-.127	-.300	-.114	.053	.208	.043	-.190	1.000	.092	-.063	.032	-.162	-.190	-.071	-.260	-.263	-.008
P22	.396	.502	.289	.398	.522	.136	.459	.364	.209	.457	.491	.690	.515	.814	.199	.288	.092	1.000	.185	.362	.292	.584	.720	.120	.389	.166
P23	.350	.338	.056	.377	.145	.082	.044	.229	.426	.399	.183	.079	-.104	.217	.259	.560	-.063	.185	1.000	.124	.173	.187	.275	.377	.244	.246
P25	-.054	.102	.165	.394	.469	.471	.510	.465	.389	.074	.273	.206	.331	.464	.563	.197	.032	.362	.124	1.000	.629	.414	.547	.106	.597	.266
P26	.197	.286	.135	.574	.337	.404	.351	.688	.275	.043	.418	.070	.293	.316	.638	.497	-.162	.292	.173	.629	1.000	.281	.462	.176	.686	.577
P27	.115	.335	.086	.264	.300	.090	.272	.229	.255	.226	.453	.606	.316	.300	.429	.161	-.190	.584	.187	.414	.281	1.000	.542	.125	.455	.093
P28	.119	.267	.337	.560	.272	.287	.370	.548	.173	.260	.444	.526	.453	.632	.405	.465	-.071	.720	.275	.547	.462	.542	1.000	.155	.542	.099
P29	.417	.328	.344	.309	.129	-.080	.453	.041	.269	.108	.338	.248	.116	.000	.246	.268	-.260	.120	.377	.106	.176	.125	.155	1.000	.177	.302
P30	.169	.286	.173	.340	.563	.493	.350	.636	.450	.304	.419	.428	.176	.520	.573	.260	-.263	.389	.244	.597	.686	.455	.542	.177	1.000	.284
P32	.525	.337	.360	.576	.140	.120	.280	.408	.245	-.143	.234	-.137	.168	.128	.424	.444	-.008	.166	.246	.266	.577	.093	.099	.302	.284	1.000

Fonte: Software SPSS 11.x - resultado da pesquisa (2011)

A Tabela 7 mostra os valores calculados para o  $\alpha$  de Cronbach de cada uma das proposições.

Tabela 7 – Cálculo de *alpha* de Cronbach por proposição

Propositions	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	98.65	230.875	.452	.	.909
P2	98.19	229.922	.599	.	.907
P4	98.50	228.660	.475	.	.908
P5	98.31	227.022	.635	.	.906
P6	98.58	216.014	.622	.	.906
P7	99.19	226.082	.367	.	.912
P8	98.38	221.606	.526	.	.908
P9	98.31	227.742	.645	.	.906
P11	98.00	231.360	.550	.	.908
P12	98.35	227.995	.341	.	.912
P13	99.54	212.738	.727	.	.903
P15	98.08	226.714	.506	.	.908
P16	99.12	223.546	.489	.	.909
P17	98.46	225.938	.603	.	.906
P18	98.23	226.425	.511	.	.908
P19	98.35	228.795	.519	.	.908
P21	97.50	245.540	-.150	.	.913
P22	98.08	226.154	.694	.	.905
P23	98.81	230.882	.364	.	.911
P25	98.31	226.702	.584	.	.907
P26	98.38	222.006	.614	.	.906
P27	98.35	229.275	.502	.	.908
P28	98.85	221.495	.672	.	.905
P29	99.96	230.838	.348	.	.911
P30	98.58	226.094	.686	.	.905
P32	98.50	231.700	.413	.	.909

Fonte: Software SPSS 11.x - resultado da pesquisa (2011)

A Tabela 8, a seguir, apresenta a viabilidade estatística, pelo valor de  $\alpha$  de Cronbach, que é considerado um valor de expressiva importância para testar a validade de constructo. O valor  $\alpha$  de Cronbach é obtido pela seguinte fórmula, onde:

K= número de variáveis consideradas

cov= média das covariâncias

var= média das variâncias

$$\alpha = \frac{K \text{ cov}}{\text{var} + (K-1) \frac{\text{cov}}{\text{var}}}$$

Tabela 8 – Cálculo de *alpha* de Cronbach geral

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.911	.912	26

Notas: N = nº de amostras

Fonte: *Software* SPSS 11.x - resultado da pesquisa (2011)

O valor obtido do  $\alpha$  de Cronbach, no caso desta pesquisa, foi de 0,911, conforme a Tabela 8. Considerando que esse indicador assume valores entre 0 e 1 pode-se trabalhar com a premissa de que as correlações entre os itens são positivas.

Um instrumento ou teste é classificado como de confiabilidade apropriada quando o  $\alpha$  é pelo menos 0,70 (Nunnally, 1978). Conforme Pasquali<sup>5</sup> (2003) *apud* Meireles e Sanches (2010), essa regra deve ser aplicada com prudência uma vez que o grau adequado de fidedignidade depende da utilização do instrumento. O autor afirma que:

Para interpretar o  $\alpha$  de Cronbach, pode-se entendê-lo como um coeficiente de correlação ao quadrado ( $R^2$ ) com uma suposta medida real do fenômeno. (PEREIRA<sup>6</sup>, 1999, p. 87, *apud* MEIRELES e SANCHES, 2010)

<sup>5</sup> PASQUALI, L. **Psicometria: teoria dos testes na psicologia e na educação**. Petrópolis: Vozes, 2003.

<sup>6</sup> PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. São Paulo: Edusp, 1999.

## 4.6 TRATAMENTO DOS DADOS

### 4.6.1 Linhas de análise

Para atender aos objetivos desta pesquisa foram desenvolvidas as seguintes linhas de análise.

#### 4.6.1.1 Análise de frequência dos atributos em estudo

As variáveis socioambientais, idade e tempo de serviço, obtidas por meio do questionário foram analisadas utilizando o procedimento Univariate do SAS (SAS, Inst. Inc., Cary, NC). Nessa etapa o Proc Univariate foi utilizado no cálculo do número de observações, soma, média, valor mínimo, valor máximo, e na identificação de dados atípicos.

As demais variáveis socioambientais, categorias gênero, estado civil, e escolaridade, bem como os resultados das proposições foram analisadas utilizando o procedimento Freq do SAS. Todos os procedimentos foram estruturados como SAS Macro no sentido de facilitar e acelerar o processo análise dos dados de forma parcimoniosa.

Foi desenvolvido um diagrama com o intuito de apresentar a linha de análise teórica de análise de frequência.

O diagrama apresentado na Figura 6, a seguir, considerou a análise de frequência dos oito atributos em estudo, propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), os grupos de proposições que compõem o questionário, relacionadas aos respectivos atributos, e a influência destes no perfil empreendedor de motoristas do transporte rodoviário de cargas.

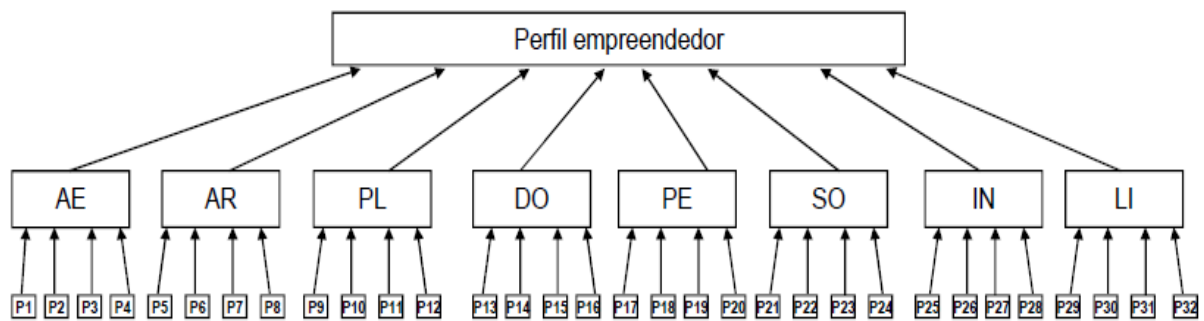


Figura 6 – Diagrama do grupo de atributos que influenciam o perfil empreendedor de motoristas de cargas rodoviárias.

Notas: P = proposição; AE = autoeficaz; AR = assume riscos calculados; PL = planejador. DO = detecta oportunidades; PE = persistente; SO = sociável; IN= inovador e LI = líder.

Fonte: Autor (2011)

A análise de frequência foi feita em duas amplitudes: a primeira considerando a amostra como um todo, ou seja, o grupo de 210 motoristas sem separação por tipo de categoria, o que se chama de amostra global.

Já a segunda amplitude, mais específica, foi feita de forma estratificada, considerando as três categorias de motoristas: funcionários, agregados, e autônomos.

O foco desta análise foi para apresentar uma análise descritiva, tanto da amostra global como da estratificada, considerando-se cada proposição do questionário, medindo-se a análise de frequência das respostas, por meio das variáveis semânticas e suas respectivas pontuações, que deram origem a valores percentuais de frequência.

#### 4.6.1.2 Procedimento para calcular os índices de atributos do perfil empreendedor

Um conjunto de dados contendo as 32 proposições aplicadas aos 210 motoristas de cargas rodoviárias do estudo foi importado utilizando o procedimento IMPORT do pacote estatístico SAS (SAS, Inst. Inc., Cary, NC).

Esse conjunto de dados foi utilizado para calcular os índices de atributos do perfil empreendedor de cada motorista, calculados utilizando a média das proposições mantidas após a aplicação do método de consistência interna, em que:

- autoeficaz  $[(P1 + P2 + P4) \div 3]$ ;

- assume riscos calculados  $[(P5 + P6 + P7 + P8) \div 4]$ ;
- planejador  $[(P9 + P11 + P12) \div 3]$ ;
- detecta oportunidades  $[(P13 + P15 + P16) \div 3]$ ;
- persistente  $[(P17 + P18 + P19) \div 3]$ ;
- sociável  $[(P21 + P22 + P23) \div 3]$ ;
- inovador  $[(P25 + P26 + P27 + P28) \div 4]$  e
- líder  $[(P29 + P30 + P32) \div 3]$ .

Primeiramente, foi calculado o valor médio, o desvio padrão, o valor mínimo e máximo dos índices foram analisados utilizando o procedimento MEANS.

Além disso, foi utilizado o procedimento One-way ANOVA para os índices de atributos do perfil empreendedor de motoristas de transporte rodoviário de carga, estratificada por categorias, no sentido de identificar as diferenças médias entre os índices.

Esta análise de variância comparou as médias dos resultados das categorias de motoristas entre si, para obter conclusões sobre possíveis diferenças entre as médias de categorias, partindo da análise da variação dos dados entre as categorias.

O foco destas análises foi para atender o objetivo específico de identificar dentre os atributos propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), que compõem o perfil empreendedor em estudo, quais são mais predominantes em cada tipo de motorista.

#### 4.6.1.3 Análise da correlação entre os grupos de atributos

As correlações entre os índices para cada motorista, considerando cada atributo que compõe o perfil empreendedor, foram calculadas pelo coeficiente de Spearman, bem como as respectivas probabilidades foram analisadas pelo procedimento CORR.

Esta análise teve como foco atender o objetivo específico de verificar se existe uma correlação entre os atributos que compõem o perfil empreendedor proposto por Schmidt e Bohnenberger (2009).

#### 4.6.1.4 Análise da influência do nível de escolaridade e das faixas de idade sobre os índices de perfil empreendedor dos motoristas

Dois pontos de análise das informações socioambientais que se julgam relevantes são os níveis de escolaridade e as faixas de idade, considerados nos objetivos específicos desta pesquisa. Esta análise tem por objetivo indicar se o fato de os motoristas se encontrarem enquadrados no ensino fundamental, no ensino médio, ou no superior, pode influenciar no perfil empreendedor de cada um.

O mesmo para as faixas de idade, se porventura o fato de serem mais jovens, teoricamente com menos experiência, ou se por serem mais velhos, teoricamente com mais experiência, pode trazer reflexos no perfil empreendedor.

Para possibilitar essa análise foram criadas classes de idade. O estabelecimento dessas classes foi feito com critério estatístico, considerando-se o desvio padrão calculado ( $DP = 8,9$  anos) e a média calculada ( $m = 40$  anos), com distribuição do desvio padrão assumido de 0,5.

Assim, as classes de idade estabelecidas foram: até 33 anos de idade; entre 33 e 47 anos de idade; e acima de 47 anos de idade. Sequencialmente, os índices dos motoristas foram segregados nos seguintes conjuntos de dados:

- categoria, com os níveis: autônomo ( $n = 70$ ), agregado ( $n = 70$ ) e funcionário ( $n = 70$ );
- nível de escolaridade: fundamental ( $n = 77$ ), médio ( $n = 121$ ) e superior ( $n = 12$ ) e;
- faixas de idade: até 33 anos de idade ( $n = 58$ ), entre 33 e 47 anos ( $n = 99$ ) e acima de 47 anos ( $n = 53$ ).

Foi realizada a análise de variância (ANOVA) para a comparação entre as médias dos índices dentro de cada conjunto segregado (escolaridade e idade), utilizando o procedimento NPAR1WAY. As probabilidades estimadas foram apresentadas em função das combinações dos níveis apresentados na ANOVA. Todos os procedimentos foram estruturados como SAS Macro no sentido de facilitar e acelerar o processo análise dos dados de forma parcimoniosa.



## 5 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A seguir serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa realizada e as análises.

### 5.1 ANÁLISE DE FREQUÊNCIA CONSIDERANDO A AMOSTRA GLOBAL

Os motoristas apresentaram na avaliação da amostra global, idade de  $39,9 \pm 8,9$  (desvio padrão) anos. O tempo de serviço médio na profissão foi de  $10,2 \pm 8,1$  anos. A alta variabilidade (coeficiente de variação = 79,5) dessa última característica sugere uma alta rotatividade, e pode ser explicada pela instabilidade das condições de trabalho. Hedberg e Langedoen (1993) afirmam que dentre os motivos mais comuns de influência no *turn-over* dessa profissão destacam-se as jornadas de trabalho elevadas e irregulares.

Os homens representam quase a totalidade da população analisada. Aproximadamente 60% dos motoristas são casados e possuem ensino médio completo (figura 7).

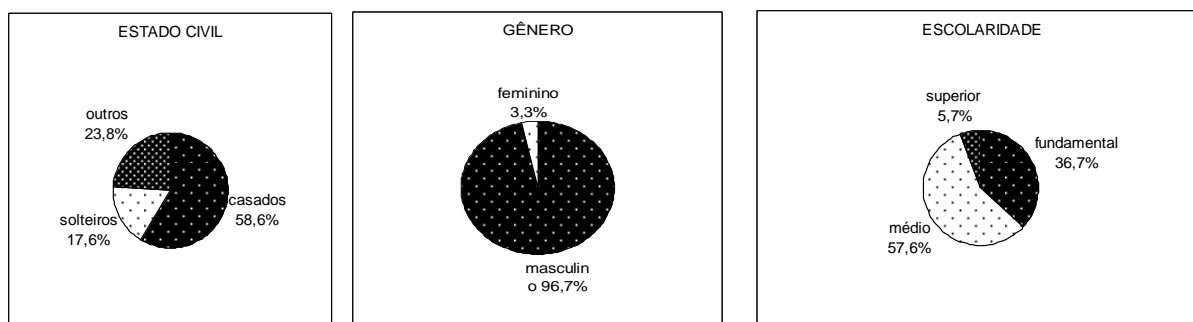


Figura 7 - Apresentação das variáveis socioambientais: estado civil; gênero e escolaridade – amostra global.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

No tocante ao atributo autoeficácia, em torno de 40% dos motoristas não se interessam por serem monitorados por um chefe, conforme proposição 1, P1, Tabela 9. Aproximadamente 50% dos entrevistados acreditam fortemente em seu potencial de trabalho (P2) e suas realizações (P4), além de preferirem criar suas metas ou atividades de maneira autônoma.

Tabela 9 - Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para 210 respondentes

P <sup>1</sup>	Grupo de Atributos	%				
		Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1		4,29	7,14	23,33	27,14	38,10
2	Autoeficaz	6,19	9,05	10,95	26,67	47,14
4		2,38	3,81	3,81	41,90	48,10
5	Assume	1,90	4,29	3,81	15,24	74,76
6	riscos	17,14	11,43	13,33	26,67	31,43
7	calculados	19,05	16,19	11,90	31,90	20,95
8		5,71	18,57	16,19	37,62	21,90
9		1,90	10,48	19,05	38,10	30,48
11	Planejador	1,43	3,33	5,24	31,43	58,57
12		6,67	10,95	21,43	25,71	35,24
13	Detecta	18,10	23,81	22,86	18,57	16,67
15	oportunidades	3,81	2,38	6,67	13,33	73,81
16		5,24	11,43	12,38	35,71	35,24
17		7,62	21,43	16,67	37,62	16,67
18	Persistente	2,38	4,29	3,81	30,95	58,57
19		1,43	3,81	1,90	32,86	60,00
21		3,33	4,29	5,71	32,86	53,81
22	Sociável	2,38	5,71	9,05	35,71	47,14
23		2,86	11,43	20,95	41,43	23,33
25		1,90	5,24	17,14	48,57	27,14
26	Inovador	4,29	8,57	11,43	31,43	44,29
27		1,90	6,19	13,33	39,05	39,52
28		4,29	9,05	25,71	47,62	13,33
29		23,33	21,43	18,10	30,00	7,14
30	Lider	2,86	14,29	25,24	38,10	19,52
32		5,71	8,10	20,48	42,38	23,33

Notas: <sup>1</sup>P= proposição.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

O atributo 'assume riscos calculados' mostrou que a maioria, 75% dos motoristas, procura obter informações antecipadas das estradas para evitar surpresas, conforme proposição 5, P5, Tabela 9. Por sua vez, a minoria, 1/3, assumiria dívidas de longo prazo (P6), e apenas 1/5 admite correr riscos (P7) ou apostaria suas economias em negócios (P8).

Mais de 1/2 dos entrevistados se preocupa em estabelecer planejamento visando à manutenção de seu veículo, conforme proposição 11, P11, Tabela 9. Por sua vez, com um *score* menor, aproximadamente 30% entendem ter um bom plano para a vida profissional no longo prazo (P9), e têm a intenção de continuar nesse ramo acumulando lucro para aposentar um dia (P12).

Quanto ao atributo 'detecta oportunidades', os resultados mostram que:

- a maioria dos motoristas, aproximadamente 3/4, tem a preocupação de procurar as melhores taxas bancárias se for investir em seu caminhão, de acordo com a proposição 15, P15, Tabela 9;
- apenas 16% entendem que conseguem melhores serviços do que os colegas (P13); e
- pouco mais de 30% acreditam que a rentabilidade da viagem é mais importante do que seu tempo de duração (P16).

Já as afirmativas relacionadas ao atributo 'persistente' indicam que mais da metade dos motoristas são persistentes na tentativa de resolução de tarefas por mais difíceis que pareçam, conforme proposição 18, P18, Tabela 9, e ainda 3/5 afirmaram que se apegam bastante a ideias que julgam ser interessantes (P19). A minoria, apenas 16%, julga-se profissionalmente mais persistente do que outras pessoas (P17).

Quanto ao aspecto de ser sociável, mais da metade entende que se relaciona facilmente com outras pessoas, como indica a proposição 21, P21, Tabela 9, e 1/2 acha que os contatos sociais que tem, são importantes para sua vida profissional (P22). Uma pequena parcela, menos de 1/4, diz conhecer várias pessoas que possam ajudar profissionalmente (P23).

O atributo 'inovador' mostrou que aproximadamente 1/2 dos motoristas é avessa à rotina, preferindo atividades diversificadas, conforme a proposição 26, P26, Tabela 9, e perto de 40% indicam gostar de mudar suas formas de trabalho quando podem (P27). Os motoristas que constituem uma minoria, menos de 1/3, se acham criativos para resolver problemas (P25), e um *score* ainda menor, de 13%, se acham conhecidos por ter ideias com frequência (P28).

Por fim, o atributo 'líder' aponta que a minoria dos respondentes, menos de 10%, entende que é conhecida no setor de transporte, como indica a proposição 29, P29, Tabela 9, e aproximadamente 20% recebem consulta de outras pessoas pedindo sua opinião (P30), ou influenciam a opinião de outras pessoas no trabalho (P32).

A relação entre a variável socioambiental 'tempo de serviço na função', e o resultado de que apenas 30% dos motoristas entendem ter um bom plano para a

vida profissional no longo prazo, e que tem a intenção de continuar nesse ramo acumulando lucro para aposentar um dia, sugere que há uma elevada rotatividade de mão de obra nesse setor.

Essa constatação é corroborada por Wanke e Fleury (2006), que afirmam que o tempo médio de rotação de um empregado do setor é de menos de três anos (34 meses).

Alguns pontos da pesquisa chamam a atenção e indicam a preferência dos motoristas em trabalharem de forma autônoma. Esse aspecto pôde ser identificado pelas afirmativas alocadas nos atributos, autoeficaz; detecta oportunidades; e inovador, como se observa a seguir.

Os motoristas, em grande parte, não mostraram interesse em trabalhar submetidos a um chefe. Acreditam em seu potencial de trabalho, além de preferirem criar suas metas ou atividades de maneira autônoma, preferindo atividades diversificadas e mudando suas formas de trabalho quando possível.

Este resultado pode ser fundamentado na linha do que é defendido por Chen, Greene e Crick (1998), quando afirmam que a autoeficácia está relacionada à estimativa cognitiva que uma pessoa tem, das suas capacidades de mobilizar a motivação, dos recursos cognitivos e cursos de ação que são necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.

Os indicativos de que os motoristas almejam autonomia também, de alguma forma, mantém relação com uma outra constatação, a de que uma pequena parcela dos motoristas acredita que a rentabilidade da viagem é mais importante do que seu tempo de duração. A maioria está mais preocupada em cumprir jornada de trabalho menor, o que sugere insatisfação ao cumprir jornadas de trabalho mais longas.

Para Moreno e Rotemberg (2009) grande parte dos motoristas agregados às empresas não mora na cidade onde está localizada a transportadora para a qual presta serviços, fato que os leva a passar dias em seus caminhões, aguardando por uma nova viagem.

Para alguns motoristas voltar para casa pode ser ainda pior do que ficar na empresa aguardando por uma nova carga, pois nem sempre é possível ficar em casa o tempo suficiente para amenizar a saudade. Alguns aproveitam as viagens e levam a família, para poderem passar mais tempo juntos. (MORENO e ROTEMBERG, 2009)

No campo social e familiar, o motorista autônomo tem suas relações delimitadas pela demanda do trabalho, uma vez que, a quantidade e a qualidade do tempo que podem dedicar à família e aos amigos têm os dias contados até o próximo serviço (SILVA, 2011).

Esse cenário sugere que a autonomia conseguida pode ser cerceada pela vida dura e difícil em razão da elevada carga horária de trabalho, fazendo com que os motoristas tenham dificuldades em ter uma vida social.

Expressivos índices de frequência foram encontrados no atributo 'persistente', mostrando que os motoristas são persistentes na tentativa de resolução de tarefas por mais difíceis que pareçam, e que se apegam bastante a ideias que julgam ser interessantes. Persistência é a capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até à privação social, em projetos de retorno incerto (MARKMAN e BARON, 2003).

Freud (1996) se refere à persistência, como uma capacidade humana de enfrentar e dominar a frustração por não conseguir a satisfação de um desejo de maneira imediata, ou ainda do desprendimento de um impulso como forma de conseguir seus objetivos que, ao contrário, sob a necessidade de satisfação imediatista, não seria possível.

Pode-se considerar que os índices de frequência apontados para o atributo 'assumir riscos calculados' foram baixos. Os motoristas mostram-se comedidos no tocante a assumirem riscos com dívidas de longo prazo e apostar suas economias em negócios com chances de sucesso. Rosa (2006) explica a fragilidade dos motoristas autônomos diante da forte concorrência a que estão submetidos.

De acordo com o Anuário de gestão de frotas, treinamento e pós-vendas<sup>7</sup> (2007) *apud* Bordin (2008, p. 19) "os transportadores trabalham com margem de lucro apertada e operação cada vez mais complexa, e se perderem o controle das suas despesas e processos, ao invés de lucro sofrerão prejuízos".

O receio dos motoristas quanto a assumirem riscos financeiros no longo prazo e de arriscarem suas economias pode ser explicado pela situação de elevada concorrência, baixa margem de lucratividade, ao mesmo tempo em que suas operações são complexas.

---

<sup>7</sup>Anuário de gestão de frotas, treinamento e pós-vendas 2007. São Paulo: OTM Editora, 2007.

Outro atributo que apresentou baixo índice de frequência foi o 'líder'. Uma pequena minoria entende que é conhecida no setor de transporte, que recebe consulta de outras pessoas pedindo sua opinião, ou ainda que influencie a opinião de outras pessoas no trabalho.

Os líderes tem a capacidade de influenciar um grupo de pessoas em direção ao alcance dos objetivos (ROBBINS, 2002). O autor relaciona a capacidade de liderar, com grupos de pessoas, e considerando que motoristas são profissionais que normalmente trabalham sozinhos, esta característica pode sugerir o baixo índice de frequência para esse atributo.

## 5.2 ANÁLISE DE FREQUÊNCIA CONSIDERANDO A AMOSTRA ESTRATIFICADA

Essa análise, chamada estratificada, considera os resultados das três categorias de motoristas de forma independente, possibilitando uma comparação entre o funcionário, o agregado e o autônomo.

As informações socioambientais apresentam-se estratificadas por tipo de categoria de motoristas, da seguinte forma:

- funcionários: idade de  $36,8 \pm 9,5$  (desvio padrão) anos, com tempo de serviço na profissão de  $9,4 \pm 8,6$  anos;
- agregados: idade de  $40,4 \pm 8,3$  anos, com tempo de serviço na função de  $10,9 \pm 7,4$  anos; e
- autônomos: idade de  $42,7 \pm 7,9$  anos e tempo de serviço na profissão de  $10,2 \pm 8,2$  anos.

Em relação ao fator tempo de serviço na função, observa-se uma alta variabilidade constatada pelos coeficientes de variação de cada categoria: motoristas funcionários = 91,63; motoristas agregados = 68,30; e motoristas autônomos = 80,25. Da mesma forma que na análise da amostra global, esse quadro sugere uma alta rotatividade, conforme Hedberg e Langedoen (1993).

Na comparação entre motoristas agregados e autônomos, o fato de os agregados apresentarem o menor índice de variabilidade pode ser explicado porque têm vínculos com transportadoras, diferentemente dos motoristas autônomos, que não mantêm esses vínculos.

O motorista agregado é definido por Moreno e Rotenberg (2009) como motorista proprietário de veículo próprio de transporte, que trabalha de forma exclusiva para uma empresa de transporte rodoviário de cargas.

Já no caso dos motoristas funcionários, o elevado coeficiente de variação pode estar relacionado à própria escassez de profissionais no mercado de trabalho, e elevada oferta de empregos por parte das transportadoras. Estimativas apontam a existência de um déficit no país de pelo menos 120 mil motoristas, e não há interesse dos jovens por essa profissão (NTC&LOGÍSTICA, 2011).

Profissionais de recursos humanos alertam que a oferta de vagas para motoristas funcionários em empresas de transporte de carga é grande. Segundo Gusmão (2011, s.p)

[...] Por quase todo o país, presenciamos o desespero dos transportadores na busca desses profissionais.

[...] Placas de "precisa-se" há muito tempo estão apagadas. Porém motoristas, estamos precisando, sim. O pessoal de RH "treme", quando é solicitado aumento do quadro de motoristas. Sempre que a empresa conquista uma nova operação então, é o novo cliente quem faz a pergunta sobre este tema: "E o quadro de motoristas lá, como é que está"?

[...] O quadro não aumenta em número suficiente, cada vez que o colaborador é "seduzido" a sair para uma outra empresa. O índice de "turn over" da categoria é alto. Implica melhor remuneração, ou algum atrativo para a troca. Esse valor será repassado em algum momento adiante, criando uma situação cíclica, que se repete de empresa em empresa, independentemente do ramo de atuação da transportadora, parando no cliente.

O resultado desta pesquisa, portanto, aponta para coeficientes de variação mais elevados para a categoria de motorista funcionário, pode estar relacionado à oferta de vagas oferecidas pelas próprias transportadoras.

Quanto ao grau de escolaridade, percebe-se uma distribuição equivalente entre as três categorias de motoristas, com predomínio do ensino médio, como mostra a Figura 8.

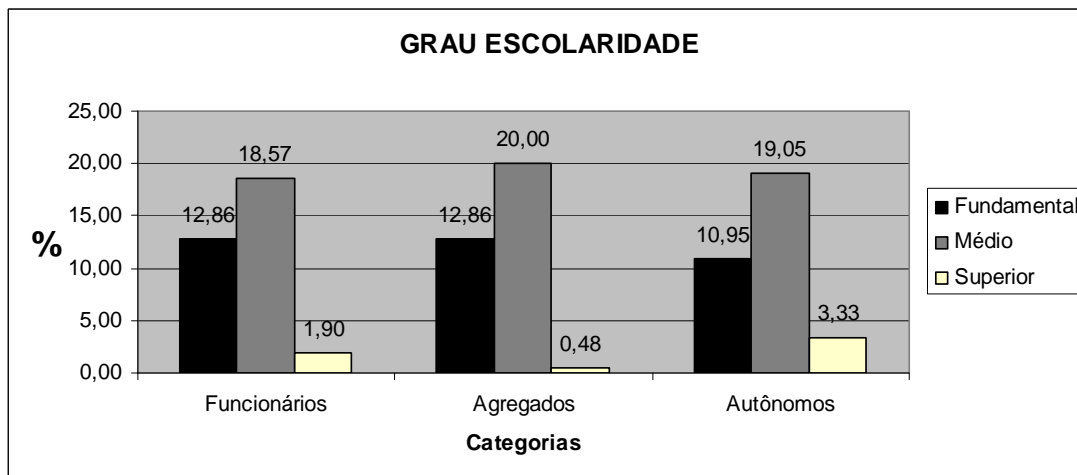


Figura 8 - Apresentação da variável socioambiental: escolaridade – amostra estratificada.  
Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Nas três categorias a maioria dos motoristas é casada, conforme a Figura 9.

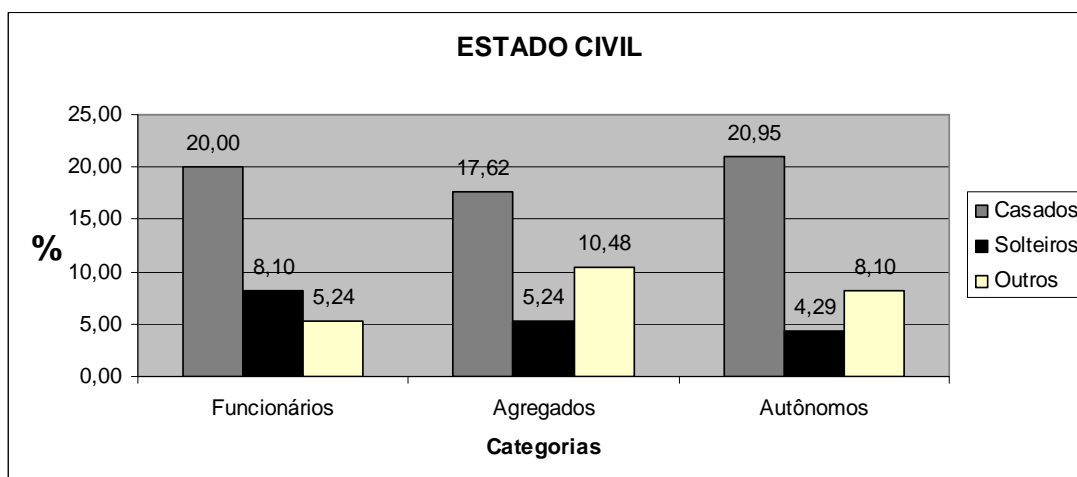


Figura 9 - Apresentação da variável socioambiental: estado civil – amostra estratificada.  
Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Em relação à categoria motorista funcionário, os homens representam a totalidade da população, e quase a totalidade das outras duas categorias, conforme a Figura 10.



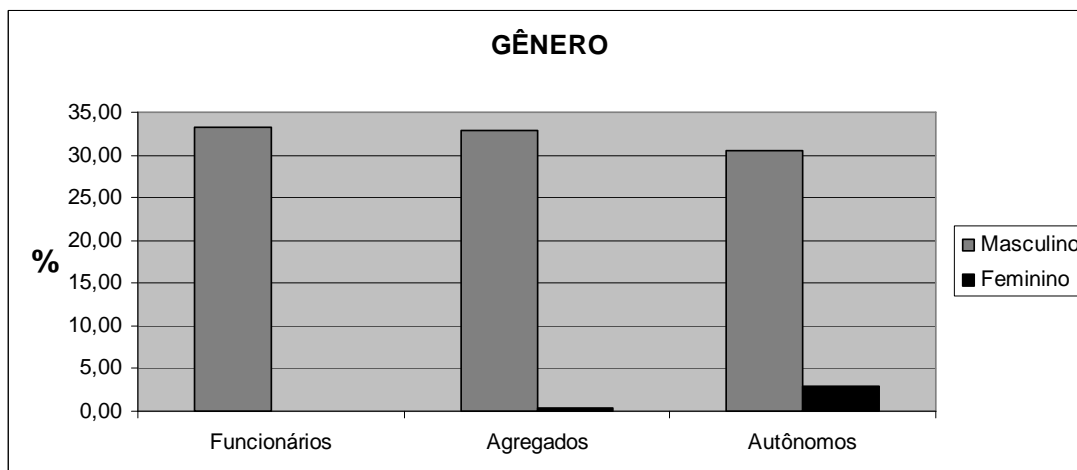


Figura 10 - Apresentação da variável socioambiental: gênero – amostra estratificada  
 Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

A seguir, através da Tabela 10 apresenta-se a distribuição do percentual de freqüência da amostra estratificada, ou seja, considerando cada categoria de motoristas.

O comparativo das respostas entre motoristas funcionário, agregados e autônomos, Tabela 10, mostra como se comportou o perfil empreendedor de cada categoria de motoristas para cada proposição, que estão agrupadas em cada um dos oito atributos em estudo.

Estes resultados também estão apresentados em tabelas independentes, como Apêndice E, para motoristas funcionários; Apêndice F, para motoristas agregados; e Apêndice G, para motoristas autônomos.

Tabela 10 - Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para motoristas funcionários, agregados e autônomos.

Grupo de Atributos	P	Discordo Totalmente (%)			Discordo Parcialmente (%)			Indiferente (%)			Concordo Parcialmente (%)			Concordo Totalmente (%)		
		Categoria Motoristas			Categoria Motoristas			Categoria Motoristas			Categoria Motoristas			Categoria Motoristas		
		Func.	Agreg.	Auton.	Func.	Agreg.	Auton.	Func.	Agreg.	Auton.	Func.	Agreg.	Auton.	Func.	Agreg.	Auton.
Autoeficaz	P1	12,86	0,00	0,00	12,86	5,71	2,86	37,14	15,71	17,14	11,43	47,14	22,86	25,71	31,43	57,14
	P2	17,14	0,00	1,43	21,43	5,71	0,00	24,29	4,29	4,29	17,14	42,86	20,00	20,00	47,14	74,29
	P4	7,14	0,00	0,00	7,14	2,86	1,43	0,00	1,43	10,00	27,14	44,29	54,29	58,57	51,43	34,29
Assume riscos calculados	P5	4,29	1,43	0,00	7,14	4,29	1,43	1,43	2,86	7,14	20,00	15,71	10,00	67,14	75,71	81,43
	P6	30,00	11,43	10,00	20,00	10,00	4,29	12,86	22,86	4,29	17,14	41,43	21,43	20,00	14,29	60,00
	P7	37,14	10,00	10,00	24,29	12,86	11,43	11,43	22,86	1,43	17,14	45,71	32,86	10,00	8,57	44,29
	P8	7,14	2,86	7,14	27,14	20,00	8,57	14,29	21,43	12,86	34,29	35,71	42,86	17,14	20,00	28,57
Planejador	P9	4,29	1,43	0,00	14,29	12,86	4,29	8,57	32,86	15,71	28,57	37,14	48,57	44,29	15,71	31,43
	P11	2,86	1,43	0,00	10,00	0,00	0,00	5,71	2,86	7,14	22,86	25,71	45,71	58,57	70,00	47,14
	P12	14,29	2,86	2,86	21,43	7,14	4,29	12,86	24,29	27,14	21,43	20,00	35,71	30,00	45,71	30,00
Detecta oportunidades	P13	31,43	10,00	12,86	14,29	21,43	35,71	27,14	22,86	18,57	12,86	21,43	21,43	14,29	24,29	11,43
	P15	7,14	2,86	1,43	5,71	0,00	1,43	10,00	5,71	4,29	21,43	12,86	5,71	55,71	78,57	87,14
	P16	10,00	5,71	0,00	18,57	5,71	10,00	14,29	2,86	20,00	31,43	35,71	40,00	25,71	50,00	30,00
Persistente	P17	7,14	10,00	5,71	21,43	22,86	20,00	10,00	17,14	22,86	45,71	30,00	37,14	15,71	20,00	14,29
	P18	4,29	0,00	2,86	10,00	2,86	0,00	8,57	1,43	1,43	31,43	45,71	15,71	45,71	50,00	80,00
	P19	4,29	0,00	0,00	5,71	1,43	4,29	2,86	2,86	0,00	41,43	38,57	18,57	45,71	57,14	77,14
Sociável	P21	5,71	2,86	1,43	4,29	7,14	1,43	5,71	11,43	0,00	20,00	41,43	37,14	64,29	37,14	60,00
	P22	4,29	2,86	0,00	14,29	2,86	0,00	11,43	12,86	2,86	28,57	45,71	32,86	41,43	35,71	64,29
	P23	5,71	0,00	2,86	11,43	14,29	8,57	18,57	22,86	21,43	30,00	47,14	47,14	34,29	15,71	20,00
Inovador	P25	2,86	2,86	0,00	11,43	2,86	1,43	12,86	20,00	18,57	35,71	58,57	51,43	37,14	15,71	28,57
	P26	8,57	2,86	1,43	17,14	2,86	5,71	15,71	11,43	7,14	28,57	50,00	15,71	30,00	32,86	70,00
	P27	4,29	0,00	1,43	14,29	2,86	1,43	20,00	10,00	10,00	31,43	55,71	30,00	30,00	31,43	57,14
	P28	8,57	1,43	2,86	18,57	5,71	2,86	17,14	30,00	30,00	38,57	54,29	50,00	17,14	8,57	14,29
Lider	P29	22,86	25,71	21,43	12,86	35,71	15,71	25,71	15,71	12,86	28,57	21,43	40,00	10,00	1,43	10,00
	P30	5,71	2,86	0,00	24,29	15,71	2,86	21,43	40,00	14,29	30,00	28,57	55,71	18,57	12,86	27,14
	P32	14,29	1,43	1,43	11,43	5,71	7,14	20,00	21,43	20,00	27,14	50,00	50,00	27,14	21,43	21,43

Notas: P= proposição.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

As proposições P1, P2 e P4 são relacionadas ao atributo autoeficaz (AE), em que a maior parte dos motoristas não concorda em trabalhar sob as ordens de um patrão, preferem ter maior autonomia profissional, conforme Tabela 9. Essa evidência se apresenta com maior intensidade nas respostas dos motoristas autônomos, que possuem os níveis de frequência mais elevados, já que 57,1% preferem trabalhar sem ter chefe (P1) e 74,3% prezam por autonomia profissional (P2), como mostra a Tabela 10.

Outro ponto relevante se relaciona ao atributo autoeficaz. Os menores níveis de frequência estão na categoria funcionário, conforme a Tabela 10. Apenas 25,7% responderam que preferem trabalhar sem ter chefe (P1), e 20% têm preferência por autonomia profissional (P2), o que sugere que não dão tanta importância à autonomia e ao fato de ficarem submetidos a um patrão.

Indivíduos que possuem nível mais elevado de autoeficácia possuem maior interesse em se engajar em atividades empreendedoras, e sentem-se mais confiantes para enfrentar os desafios, remover os obstáculos no processo de criação de risco de um negócio e levar o empreendimento ao sucesso (CHEN, GREENE e CRICK, 1998). Na presente pesquisa é o caso dos motoristas autônomos, que apresentaram maiores níveis de frequência para o atributo autoeficaz.

O atributo 'assume riscos calculados' (AR) é considerado pelas proposições P5, P6, P7, e P8. Na avaliação considerando a análise de frequência global, apresentada na Tabela 9, não se percebe índices elevados, com exceção de P5 que está relacionada à cautela no momento de pegar a estrada com 74,8%.

Quando a análise é feita por categoria se percebe o mesmo comportamento na frequência das respostas para motoristas funcionários e agregados, mas para motoristas autônomos a frequência nas respostas se modifica de maneira significativa.

Os níveis de frequência mais elevados foram encontrados nos motoristas autônomos, que se mostram mais dispostos a assumir possíveis riscos calculados. Destes, 81,4% dão importância ao conhecimento da estrada para não serem pegos de surpresa (P5), e 60% assumiriam dívida de longo prazo relacionada ao negócio (P6), conforme Tabela 10. Os resultados indicam que os motoristas autônomos têm predisposição a arriscar suas economias em oportunidades de negócios.

A segurança possui um significado diferente para os empreendedores e para os não empreendedores. Normalmente segurança significa controle, domínio,

estabilidade, precisão e previsibilidade. Para os empreendedores, segurança significa flexibilidade, liberdade para agir, rapidez nas reações, livre trânsito entre as áreas, união e integração, e qualquer outra evidência que leve uma organização a encarar as mudanças como oportunidades e não como ameaças (HASHIMOTO, 2010a).

O atributo 'planejador' (PL) apresentou equilíbrio nos níveis de frequência das respostas entre as três categorias de motoristas. Os resultados mais expressivos foram apresentados pelas categorias de autônomos e agregados, indicados na Tabela 10, com destaque para os respondentes que declaram a importância de estabelecer planejamento para realizar as manutenções do caminhão (P11).

No tocante ao atributo 'detectar oportunidades' (DO), a análise de frequência da amostra global aponta que 73,8% dos motoristas se forem investir no caminhão irão procurar melhores taxas de juros em vários bancos (P15), como aponta a Tabela 9. Na análise de frequência por categoria, os maiores percentuais de respostas nesse item são encontrados nos motoristas autônomos, com 87,1% (Tabela 10), e agregados 78,6% (Tabela 10).

O atributo 'persistente' (PE) contou com grande preferência por parte dos motoristas em geral. A pesquisa estratificada por categoria aponta os maiores níveis de frequência para motoristas autônomos, indicando que 80% continuam tentando resolver uma tarefa mesmo que pareça de difícil solução (P18), e 77,1% se apegam bastante às boas ideias (P19) (Tabela 10).

Um fato relevante é que ao mesmo tempo em que motoristas autônomos apresentam os níveis de frequência mais elevados quanto à (PE), apenas 14,3% afirmam que se acham mais persistentes do que outras pessoas (P17) (Tabela 10), transmitindo uma imagem de humildade.

Reforçam-se as afirmações de Markman e Baron (2003), de que o indivíduo 'persistente' é capaz de trabalhar de forma intensiva, e de Freud (1996) que o indivíduo possuidor dessa característica é capaz de enfrentar e superar frustrações e é realista para buscar seus objetivos, conforme explanado neste mesmo capítulo.

O atributo 'sociável' (SO) configura-se como relevante em muitas profissões. Das categorias objetos desta pesquisa as que apresentaram maiores níveis de frequência foram as de motoristas funcionários e autônomos.

Os resultados desta pesquisa apontaram que 64,3% dos motoristas funcionários (Tabela 10) e 60% dos motoristas autônomos (Tabela 10) se

relacionam com facilidade com outras pessoas (P21). Além disso, 64,3% dos autônomos (Tabela 10) afirmam que os contatos sociais são importantes para sua vida profissional (P22).

Hoffman (2003) detectou, em sua pesquisa, que 74% dos motoristas manifestaram anseio por relacionamentos sociais buscando novas amizades, e que quase 60% não se sentiam desconfortáveis em festas, sugerindo a satisfação de participar de encontros sociais.

A categoria que mostrou maiores níveis de frequência para o atributo 'inovador' (IN) foram os motoristas autônomos: 70% afirmaram que preferem um trabalho repleto de novidades ao invés de atividades de rotina (P26) (Tabela 10), fato que pode estar relacionado à própria característica da atividade desses profissionais, que viajam constantemente. Hoje estão em um lugar amanhã em outro, atendendo clientes diversos.

O último dos atributos estudado foi o que considerou os aspectos do 'líder' (LI). Nesse quesito em todas as categorias os percentuais foram de pouca expressividade, não havendo grandes variações entre as três categorias.

### 5.3 ESTATÍSTICA DESCRITIVA DOS ÍNDICES DOS ATRIBUTOS DO PERFIL EMPREENDEDOR DE MOTORISTAS RODOVIÁRIOS DE CARGAS CONSIDERANDO A AMOSTRA GLOBAL

Apresentam-se, neste subitem, as médias dos atributos do perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas.

Esta análise foi feita considerando a amostra global, os 210 motoristas, com os resultados dos valores médios variando entre 3,34 e 4,07, conforme a Tabela 11 a seguir.

Tabela 11 - Estatística descritiva dos índices dos atributos do perfil empreendedor da amostra global dos motoristas rodoviários de cargas

Atributos	Média ± DP	Mínimo	Máximo
Autoeficaz	4,05 ± 0,739	1,33	5,00
Assume riscos calculados	3,68 ± 0,823	1,50	5,00
Planejador	4,00 ± 0,705	1,33	5,00
Detecta oportunidades	3,76 ± 0,788	1,00	5,00
Persistente	4,07 ± 0,643	1,33	5,00
Sociável	4,07 ± 0,760	1,33	5,00
Inovador	3,90 ± 0,601	2,00	5,00
Líder	3,34 ± 0,846	1,00	5,00

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Os atributos que se apresentam com índices mais expressivos no perfil empreendedor dos motoristas são: ‘persistente’ (média = 4,07), ‘sociável’ (média = 4,07) e ‘autoeficaz’ (média = 4,05). O atributo que se apresentou com menor intensidade foi o ‘líder’ (média = 3,34).

#### 5.4 – ANÁLISE DE VARIÂNCIA PARA OS ÍNDICES DE ATRIBUTOS DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS CATEGORIAS DE MOTORISTAS RODOVIÁRIOS DE CARGA ESTRATIFICADA POR CATEGORIAS

Os resultados desta análise apresentam as médias para os índices de atributos do perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas considerando a amostra estratificada, separando a amostra em 70 motoristas funcionários, 70 agregados e 70 autônomos, para identificação do perfil empreendedor.

Esta análise de variância permite atender o objetivo geral desta pesquisa, que é o de identificar em qual das categorias de motorista mais se manifesta o perfil empreendedor. Permite também atender um dos objetivos específicos da pesquisa, que é o de identificar dentre os atributos propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), quais são mais predominantes em cada tipo de motorista.

Verificou-se que o motorista autônomo possui maior capacidade de ser autoeficaz do que as outras categorias ( $P < 0,10$ ). Os motoristas funcionários, contudo, têm uma capacidade 22 a 26% menor em termos de autoeficácia quando comparados a motoristas agregados e autônomos, respectivamente ( $P < 0,01$ ), conforme observado na Tabela 12.

Para embasamento deste resultado mencionamos Gelderem e Jansen (2006) de que o trabalho autônomo cresce, pois as pessoas querem operar um empreendimento ao invés de trabalhar para alguém, e partem para um negócio autônomo para poder decidir sobre sua própria estratégia, sobre os métodos de trabalho, e de regular o seu próprio tempo.

Tabela 12 - One-way ANOVA para os índices de atributos do perfil empreendedor das categorias de motoristas rodoviários de cargas.

Atributos	Categoria			P		
	Funcionário (FU)	Agregado (AG)	Autônomo (AU)	FU vs. AG	FU vs. AU	AG vs. AU
AE <sup>1</sup>	3,49	4,27	4,40	< 0,01	< 0,01	0,09
AR <sup>2</sup>	3,20	3,69	4,14	< 0,01	< 0,01	< 0,01
PL <sup>3</sup>	3,83	4,05	4,11	0,10	0,03	0,54
DO <sup>4</sup>	3,40	4,04	3,83	< 0,01	< 0,01	0,08
PE <sup>5</sup>	3,88	4,07	4,24	0,10	< 0,01	0,06
SO <sup>6</sup>	3,99	3,92	4,29	0,61	0,02	< 0,01
IN <sup>7</sup>	3,63	3,92	4,16	< 0,01	< 0,01	< 0,01
LI <sup>8</sup>	3,21	3,18	3,64	0,84	< 0,01	< 0,01

Notas: <sup>1</sup>AE = autoeficaz; <sup>2</sup>AR = assume riscos calculados; <sup>3</sup>PL = planejador; <sup>4</sup>DO = detecta oportunidades; <sup>5</sup>PE = persistente; <sup>6</sup>SO = sociável; <sup>7</sup>IN= inovador e <sup>8</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

A categoria que se mostrou com maior capacidade de assumir riscos calculados foi a do motorista autônomo. Essa categoria apresentou índices 29 e 12% superior a motoristas funcionários e agregados, respectivamente ( $P < 0,01$ ). Os motoristas agregados apresentaram um valor intermediário quanto ao fato de assumir riscos, logo, os funcionários apresentaram o menor índice ( $P < 0,01$ )

(Tabela 12). Os motoristas autônomos também mostraram ser 7% mais planejadores do que os funcionários ( $P = 0,03$ ) (Tabela 12).

A habilidade de detectar oportunidades foi maior para a categoria de motoristas agregados. Os motoristas funcionários têm uma capacidade 11 a 19% inferior de detectar oportunidades quando comparados aos motoristas autônomos e agregados, respectivamente ( $P < 0,01$ ) (Tabela 12).

Ao observar a P15, proposição relacionada ao atributo detecta oportunidade (DO), na análise de frequência estratificada (Tabela 10), verifica-se um elevado percentual para a categoria autônomo (87,14%). Isso não ocorreu para o índice de atributo 'detecta oportunidades', pois houve um efeito de diluição, já que tal índice é calculado pela média de três proposições.

Os motoristas autônomos mostraram ser 4 e 9% mais persistentes que os motoristas agregados ( $P < 0,01$ ) e funcionários ( $P = 0,06$ ), respectivamente (Tabela 12).

Ser sociável também é uma característica mais marcante em motoristas autônomos. Essa categoria apresentou índice 7 e 9% superior aos motoristas funcionários ( $P = 0,02$ ) e agregados ( $P < 0,01$ ), respectivamente (Tabela 12).

Quanto ao atributo inovador, observou-se que os autônomos foram 15% e 6% superiores aos funcionários e agregados, respectivamente ( $P < 0,01$ ) (Tabela 12).

O atributo 'líder' também se destaca com maior ênfase para motoristas autônomos. Na comparação com motoristas funcionários apresentaram índice 13% superior ( $P < 0,01$ ), e com motoristas agregados 14% superior ( $P < 0,01$ ) (Tabela 12).

Outra observação que se faz necessário salientar, é de que para os atributos 'assume riscos calculados' e 'inovador', todos os pares de concordância entre as categorias de motoristas obtiveram elevada probabilidade de ocorrência ( $P < 0,01$ ), e além disso, o nível de perfil empreendedor nestes casos ocorreu na seguinte sequência: de nível mais baixo para funcionários; nível intermediário para agregados; e nível elevado para autônomos.

Este resultado pode sugerir que à medida em que os motoristas se tornam autônomos, seus riscos aumentam, e daí a necessidade de assumirem riscos calculados. E da mesma forma, sentem a necessidade de ser mais inovadores.



## 5.5 ANÁLISE DE CORRELAÇÃO ENTRE OS ATRIBUTOS

A análise de correlação entre os atributos propostos por Schmidt e Bohnenberger (2009), que compõem o perfil empreendedor, faz parte de um dos objetivos específicos desta pesquisa, e foi realizada pela Correlação de Sperman, conforme Tabela 13.

Tabela 13 - Correlação de Sperman entre os índices de atributos do perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas

Atributos	AR	PL	DO	PE	SO	IN	LI
AE <sup>1</sup>	0,39**	0,10	0,30**	0,30**	0,09	0,36**	0,21†
AR <sup>2</sup>		0,23**	0,32**	0,33**	0,28**	0,34**	0,31**
PL <sup>3</sup>			0,35**	0,33**	0,29**	0,22†	0,14
DO <sup>4</sup>				0,30**	0,04	0,15	0,09
PE <sup>5</sup>					0,31**	0,35**	0,24**
SO <sup>6</sup>						0,36**	0,28**
IN <sup>7</sup>							0,32**
LI <sup>8</sup>							

Notas: \*\* $P < 0,01$

\* $P < 0,05$

† $P < 0,10$

<sup>1</sup>AE = autoeficaz; <sup>2</sup>AR = assume riscos calculados; <sup>3</sup>PL = planejador; <sup>4</sup>DO = detecta oportunidades; <sup>5</sup>PE = persistente; <sup>6</sup>SO = sociável; <sup>7</sup>IN= inovador e <sup>8</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Foi verificada uma correlação moderada entre os atributos que compõem o perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas. A correlação entre tais índices foi altamente significativa ( $P < 0,01$ ), conforme Tabela 13.

Essa correlação entre grande parte dos índices dos atributos empreendedores sugere que as proposições que definem um atributo são significativas na caracterização de outros atributos, para definir as características empreendedoras dos profissionais.

Pode-se sugerir, portanto, que questionários com uma menor quantidade de proposições podem ser aplicados para traçar o perfil empreendedor dos entrevistados. Questionários mais sucintos podem acelerar a avaliação de um

número maior de respondentes e reduzir a chance de cometerem erros de preenchimento, em comparação aos questionários extremamente laboriosos e extensos.

## 5.6 ANÁLISE DE VARIÂNCIA DE COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DOS ÍNDICES DE PERFIL EMPREENDEDOR CONSIDERANDO OS NÍVEIS DE ESCOLARIDADE DOS MOTORISTAS

Esta análise foi feita através de *one-way* ANOVA, conforme Tabela 14, considerando os índices de características empreendedoras apresentados para três níveis de escolaridade dos motoristas rodoviários de carga: ensino fundamental, médio, e superior.

Tabela 14 - One-way ANOVA para os índices dos atributos para três classes de escolaridade de motoristas rodoviários de cargas

Atributos	Grau escolaridade			P		
	Fundamental (FUN)	Médio (MED)	Superior (SUP)	FUN vs. MED	FUN vs. SUP	MED vs. SUP
AE <sup>1</sup>	4,02	4,07	4,14	0,62	0,60	0,76
AR <sup>2</sup>	3,71	3,63	3,96	0,50	0,33	0,19
PL <sup>3</sup>	4,03	3,97	4,11	0,57	0,66	0,53
DO <sup>4</sup>	3,70	3,77	3,97	0,51	0,21	0,43
PE <sup>5</sup>	3,98	4,12	4,06	0,15	0,71	0,75
SO <sup>6</sup>	4,05	4,06	4,31	0,95	0,20	0,31
IN <sup>7</sup>	3,88	3,91	4,00	0,79	0,51	0,62
LI <sup>8</sup>	3,51	3,24	3,28	0,03	0,36	0,89

Notas: <sup>1</sup>AE = autoeficaz; <sup>2</sup>AR = assume riscos calculados; <sup>3</sup>PL = planejador; <sup>4</sup>DO = detecta oportunidades; <sup>5</sup>PE = persistente; <sup>6</sup>SO = sociável; <sup>7</sup>IN= inovador e <sup>8</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Os resultados apontaram que o fator socioambiental escolaridade não apresentou influências significativas no perfil empreendedor dos motoristas.

O único atributo que apresentou relativa significância foi o atributo líder. Motoristas com grau de escolaridade do ensino fundamental apresentaram índice de liderança 8 % mais elevado quando comparados aos motoristas com ensino médio ( $P = 0,03$ ) (Tabela 14).

Diversos estudos, como Timmons (1994) e GEM (2010), apontam para a importância do grau de escolaridade como variável preponderante para a criação e sucesso de empreendimentos.

Outro viés é apontado por Brockhaus (1982), com a constatação de que o grau de escolaridade pode não ser tão determinante, pois em muitos casos os empreendedores têm educação formal menor que os gerentes, mas são mais qualificados que a população em geral.

O resultado que apontou o maior nível de empreendedorismo para motoristas com ensino fundamental está relacionado ao atributo liderança, que tem forte relação com a personalidade do empreendedor e com conhecimentos práticos da profissão.

Mintzberg (1973) já havia procedido à análise referente às atividades dos empreendedores, desde abordagens clássicas até a escola da atividade do líder, de Rosemary Stewart e Sunne Carlson. Destacou que a escola do grande homem é composta da literatura a respeito das vidas de empresários de sucesso, rica de curiosidades, mas pobre de teoria geral, referindo-se à importância do conhecimento prático.

Outra constatação que denota a relação entre a liderança e o conhecimento prático é apontada por Kotler (2002), mencionando que para cada um dos empreendedores do final do século XIX, ou do século XX, considerados líderes e que ajudaram a formar empresas, precisava-se de dezenas ou centenas de gerentes capazes de ajudar a operar as companhias que os líderes empreendedores haviam construído. Afirma, ainda, que o processo de transformação depende, nos casos bem-sucedidos, de 80% de liderança e 20% de gerenciamento.

Esse resultado também poder ser explicado pela teoria do conhecimento tácito. Para Sveiby (1998), cada indivíduo desenvolve suas próprias competências por meio da prática, da repetição, aprendendo com erros, e refletindo. Afirma, ainda,

que o conhecimento possui as seguintes características: é tácito, orientado para a ação, sustentado por regras, individual, e está em constante mutação.

Takeuchi e Nonaka (2008) apontam, em relação à dimensão epistemológica, que o homem faz uma reflexão sobre o conhecimento produzido por ele próprio, sobre ele próprio, relacionado aos seus resultados práticos. Os autores afirmam que o conhecimento tácito não é facilmente visível e explicável, é altamente pessoal e profundamente enraizado nas ações e na experiência corporal dos indivíduos.

Os mestres-artesãos ou *chefs* de três estrelas, por exemplo, possuem um tesouro de especialidade nas pontas dos dedos, desenvolvido depois de anos de experiência, mas frequentemente têm dificuldade em articular os princípios técnicos ou científicos por traz daquilo que sabem. Os *insights* altamente subjetivos e pessoais, as intuições, os palpites e as aspirações derivadas da experiência corporal, todos se encaixam nesta dimensão. TAKEUCHI E NONAKA (2008, p. 19)

Conforme Bertolazzi (1998) a profissão de motorista depende fortemente de seus conhecimentos práticos. O autor entrevistou vários motoristas, e também empresários que iniciaram a carreira como motoristas, e concluiu que eles tomam decisões baseadas nos conhecimentos práticos que adquiriram ao longo de suas carreiras.

Esta vertente pode sugerir uma explicação para o fato de que os dados desta pesquisa, não tenham apontado o fator socioambiental 'escolaridade' com influência sobre o perfil empreendedor dos motoristas, contrariando estudos anteriores como os de Timmons (1994) e GEM (2010).

Obviamente que este enfoque não sugere que o conhecimento por meio do ensino regular não seja importante para a profissão de motorista, mas sim, que esta profissão está fortemente relacionada aos conhecimentos práticos da atividade, o que suscita a necessidade de novos estudos para aprofundamento desta questão.

## 5.7 ANÁLISE DE VARIÂNCIA DE COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DOS ÍNDICES DE PERFIL EMPREENDEDOR CONSIDERANDO AS FAIXAS DE IDADE DOS MOTORISTAS

Essa análise também foi feita por meio de *one-way* ANOVA (Tabela 15), considerando os índices das características empreendedoras apresentados para três faixas de idade de motoristas rodoviários de carga: até 33 anos; entre 33 e 47 anos; e maiores que 47 anos.

Tabela 15 - One-way ANOVA para os índices de atributos do perfil empreendedor para três classes de idade de motoristas rodoviários de cargas

Atributos	Intervalos de idade, anos de vida			<i>P</i>		
	Até 33 (A33)	Entre 33-47 (E3347)	Maior 47 (M47)	A33 vs. E3347	M47 vs. A33	M47 vs. E3347
AE <sup>1</sup>	4,08	4,04	4,05	0,77	0,83	0,96
AR <sup>2</sup>	3,64	3,72	3,64	0,51	0,99	0,53
PL <sup>3</sup>	4,01	3,95	4,07	0,61	0,67	0,29
DO <sup>4</sup>	3,76	3,78	3,71	0,86	0,77	0,58
PE <sup>5</sup>	4,21	4,00	4,03	0,05	0,15	0,78
SO <sup>6</sup>	4,20	4,00	4,05	0,10	0,29	0,69
IN <sup>7</sup>	3,82	3,97	3,86	0,13	0,74	0,28
LI <sup>8</sup>	3,18	3,37	3,47	0,20	0,07	0,46

Notas: <sup>1</sup>AE = autoeficaz; <sup>2</sup>AR = assume riscos calculados; <sup>3</sup>PL = planejador; <sup>4</sup>DO = detecta oportunidades; <sup>5</sup>PE = persistente; <sup>6</sup>SO = sociável; <sup>7</sup>IN= inovador e <sup>8</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

A 'idade' também não mostrou influências significativas no perfil empreendedor dos motoristas, mas da mesma forma como no fator socioambiental 'escolaridade', apresentou relativa significância para o atributo 'líder'.

Os motoristas inseridos na faixa etária maior que 47 anos obtiveram o índice 3% mais elevado quando comparados à faixa etária de até 33 anos ( $P = 0,07$ ) (Tabela 15). O resultado apresentado para o atributo líder indica que características

de liderança podem estar relacionadas aos profissionais com mais idade, e, portanto, mais experientes.

Hersey e Blanchard (1986, p.196-7) afirmam que o processo de liderança eficaz exige comportamentos e habilidades que podem ser adquiridos por meio de desenvolvimento e experiência no trabalho.

Kets de Vries (1997) mencionam que a literatura sobre liderança traz várias definições e discussões, porém a maioria dos pesquisadores concorda com alguns traços comuns, dos quais se destacam: consciência, energia, inteligência, domínio, autocontrole, sociabilidade, e as experiências vividas pelo profissional.

Por sua vez, Covey (2003) defende a importância da experiência para que o indivíduo tenha habilidade de liderança. O autor relata que o líder equilibrado consegue interpretar suas experiências de vida como oportunidades para aprender e ensinar, além de estimular níveis de interdependência.

Armond e Nassif (2009) também indicam uma relação entre liderança e experiência profissional. Em seus estudos relatam histórias de vida de indivíduos relacionadas à abordagem demográfica, como, por exemplo, a existência de referências (ídolos, exemplos), escolaridade, situação socioeconômica, experiência profissional e hábitos no trabalho.

Existem autores como Brockhaus (1982) e Reynolds (1995) que defendem a tese de que a idade é uma variável relevante para que se determine a intenção de um indivíduo empreender e abrir um negócio próprio.

Já outros autores como Hisrich; Peters e Shepherd (2009), não acreditam que a idade influencie no sucesso do empreendimento, mas acreditam que o início precoce seja melhor que o início tardio.

Como já mencionado, de um modo geral os resultados desta pesquisa para a maioria dos cruzamentos entre as categorias de motoristas, não apontou influência da idade no perfil empreendedor.

E para corroborar com estes resultados Hashimoto (2010b) apresenta uma linha de visão de que empreendedorismo não tem idade, afirmando que ações empreendedoras podem ter origem até em uma criança, no momento em que identifica uma oportunidade inovadora.

O autor cita como exemplo, uma jovem de 14 anos que inovou na venda de produtos na escola em que estudava, para ajudar a levantar fundos para a festa de formatura.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como foco estudar profissionais motoristas do transporte rodoviário de cargas, e como objetivo geral identificar dentre as categorias de motoristas estudadas, em qual mais se manifesta o perfil empreendedor.

Os motoristas autônomos são mais empreendedores do que os motoristas das demais categorias estudadas, pois manifestaram com maior intensidade os índices do perfil empreendedor na maioria dos atributos estudados, conclusão evidenciada através da análise estratificada, e que possibilitou atender ao objetivo geral desta pesquisa.

O único atributo em que a categoria de autônomos não obteve o maior índice foi para 'detecta oportunidades'. Os motoristas agregados mostraram ser os que têm maior capacidade para detectar oportunidades, e nos demais atributos também alcançaram resultados próximos aos motoristas autônomos.

Os motoristas funcionários foram os que em menor escala manifestaram o perfil empreendedor, e de um modo geral não se mostraram intraempreendedores, porém, isso não significa uma afirmativa de que nenhum deles tenha perfil intraempreendedor.

Santos (2007) defende a tese de que nas duas últimas décadas ocorreram mudanças no setor de transporte, e os motoristas que trabalham de forma autônoma para poderem operar no mercado com melhores oportunidades, tiveram que se associar a alguma cooperativa ou vincular-se a alguma empresa de transporte de carga, ou seja, diminuindo a atuação do motorista autônomo independente. Em síntese, o autor sugere que o formato de motorista agregado pode oferecer maiores oportunidades no mercado para se trabalhar.

Muitas empresas de transporte possuem volumes de cargas cativas sob contratos firmados junto aos seus clientes, e em razão da necessidade de aumentar sua capacidade de transporte, necessitam de mão de obra com vínculo de exclusividade por período de tempo mais duradouro, ao invés de repassar suas cargas para motoristas autônomos para viagens individualizadas.

A revisão da literatura evidenciou escassez de estudos na linha do perfil empreendedor para o setor de transporte rodoviário de cargas, dentre os quais, os

estudos de Castro (1988) e de Bertolazzi (1998) que apontaram para a existência de migrações do profissional motorista dentro do setor de transporte rodoviário de cargas. Estes autores indicam a existência de motoristas que iniciam sua carreira como funcionários, depois se tornam motoristas autônomos, e alguns chegam a constituir pessoa jurídica tornando-se empresário e proprietário de empresa de transporte.

Considerando que exista esta migração, e que é possível que a figura do motorista agregado tenha surgido de um nível intermediário entre o motorista funcionário e o autônomo, é possível também que o incremento da utilização da figura do motorista agregado pelas transportadoras, possa ser cada vez mais uma das soluções visando minimizar a problemática da falta de mão de obra no setor.

Para estimular esta prática, empresários do setor devem atentar para a teoria de Pinchot (1978), de que o intraempreendedor é considerado o empreendedor interno de uma organização, aquele que, com uma ideia e com liberdade, incentivo e recursos da empresa para qual presta serviços, dedica-se com entusiasmo para transformá-la em um produto ou um serviço de sucesso.

No que diz respeito a incentivos a serem oferecidos por parte das empresas de transporte, além da remuneração pelo serviço prestado, podem também oferecer contratos com prazos estendidos, que venham a representar maior garantia de receita a ser auferida por parte dos motoristas agregados, fugindo dos riscos da concorrência do mercado, e representar uma espécie de parceria.

Além disso, a adoção do formato de motoristas agregados pode também atender a um anseio de muitos motoristas que almejam ter autonomia, e que em grande parcela manifestaram interesse em trabalhar sem estar sob as ordens de um chefe tradicional, e ter independência profissional.

Desta forma, o motorista agregado poderá ter origem da figura do intraempreendedor, e assim as empresas poderão contar com volume maior de mão de obra, e mais do que isso, motoristas com níveis elevados de perfil empreendedor.

Além do problema da falta de mão de obra, evidenciado pela literatura pesquisada, este trabalho de pesquisa também apurou através do fator socioambiental 'tempo de serviço na função', a existência de alta variabilidade constatada pelos coeficientes de variação de cada categoria de motoristas estudada, e sugere uma alta rotatividade.



Esta elevada rotatividade, analisada sob a ótica da amostra global, pode ser explicada pela instabilidade das condições de trabalho, fato que Hedberg e Langedoen (1993) destacam como motivos mais comuns de influência no *turn-over* dessa profissão, as jornadas de trabalho elevadas e irregulares.

Por outro lado, na comparação entre motoristas agregados e autônomos, o fato dos agregados apresentarem o menor índice de variabilidade, pode ser explicado pelo fato de, diferentemente dos motoristas autônomos que não mantêm vínculos com transportadoras, os agregados mantêm. O que implica dizer que a utilização do formato de agregados pode também significar uma redução no *turn-over* de motoristas para as transportadoras.

Esta pesquisa também mostrou que os motoristas do transporte rodoviário de cargas, de um modo geral são: persistentes, sociáveis e autoeficazes.

No tocante a persistência, os resultados corroboram com Hedberg e Langedoen (1993); Moreno e Rotemberg (2009) que apontam as jornadas de trabalho elevadas e irregulares, além de viagens longas a que os motoristas são submetidos, aliado ao que menciona Markman e Baron (2003) de que a persistência é a capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privação social, em projetos de retorno incerto.

O fato de os motoristas de um modo geral, ser submetidos à privação social, tem origem nas próprias características da profissão, no que concerne às viagens longas, privando-os do convívio diário com a família e com amigos.

Em primeira análise pode até parecer uma contradição, o fato de os resultados desta pesquisa terem apontado índice elevado para o atributo 'sociável', mas isso pode ser explicado pela necessidade que eles têm de se sociabilizarem, até para compensar a falta que sentem no âmbito familiar.

Vertente que é corroborada por Hoffman (2003) que detectou através de sua dissertação de mestrado, que 74% dos motoristas manifestaram anseio por relacionamentos sociais buscando novas amizades, e quase 60% não se sentia desconfortáveis em festas, sugerindo a satisfação de participar de encontros sociais.

Em síntese, os três atributos mais evidenciados no perfil empreendedor dos motoristas, de um modo geral seguramente se encaixam aos interesses das empresas de transporte, pois estas podem contar com profissionais persistentes e perseverantes nas atividades próprias do dia a dia desta profissão. Sociáveis, considerando que os motoristas representam a empresa em todos os lugares que

vão. E autoeficazes, tendo a condição de tomar decisões em situações de emergência e em locais distantes da empresa.

Outro foco de investigação foi desenvolvido pela análise de correlação, por meio da qual se percebeu uma relação mútua moderada entre os atributos que compõem o perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de cargas, o que sugere a possibilidade de haver influências de uma característica empreendedora sobre outra.

Apesar dos índices apresentarem-se moderados, a correlação entre eles foi altamente significativa, fato que é defendido por Schmidt e Bohnenberger (2009), de que as características do perfil empreendedor não podem ser vistas como estanques, pois se interrelacionam e estão presentes ao mesmo tempo em cada uma das pessoas.

O maior índice de correlação encontrado foi entre os atributos 'autoeficaz' e 'assume riscos calculados', que pode ser explicado pelo elevado interesse mostrado pelos motoristas em trabalhar de maneira autônoma, sem estar subordinado a um patrão, fato que obrigatoriamente os leva a assumirem as responsabilidades sobre o seu negócio, e diante disso, mostrarem-se comedidos a assumir riscos com dívidas de longo prazo.

O presente estudo não se configura como derradeiro e sequer completo, no qual admitimos ao menos três limitações:

- a primeira delas diz respeito ao tamanho e composição da amostra, pois mesmo considerando que o número de entrevistados foi significativo para se atingir os objetivos, uma amostra mais robusta pode reduzir o intervalo de confiança sobre os resultados obtidos;
- a amostra teve abrangência limitada ao município de Campinas/SP, de forma que os estudos realizados não podem ser generalizados para a categoria de motoristas de todo o país;
- a relação de causalidade: não ser possível identificar se o perfil empreendedor se manifesta enquanto o indivíduo é motorista funcionário, e em razão disso decide tornar-se autônomo, ou se o indivíduo decide tornar-se autônomo sendo funcionário, e somente

depois de atuar como autônomo, é que o perfil empreendedor se manifesta.

Além disso, esta pesquisa abre perspectivas para o desenvolvimento de novos estudos e novas propostas, pois como já mencionado, o setor de transporte rodoviário de cargas não conta com estudos aprofundados especificamente na linha de pesquisa do perfil empreendedor. Assim, algumas sugestões são pertinentes no sentido de direcionar futuras pesquisas, a complementar as conclusões ora propostas.

Como alternativas de questões para futuras pesquisas sugere-se:

- a investigação de como o conhecimento tácito, pode influenciar na capacidade empreendedora dos motoristas do transporte rodoviário de cargas.
- a continuidade do estudo das correlações entre os atributos, focando na correlação mais significativa apresentada nesta pesquisa, entre 'autoeficaz' e 'assume riscos calculados'.
- a investigação qualitativa, que possa extrair dos motoristas, aspirações, sentimentos e experiências, que de alguma forma possam contribuir para aumentar os dados, que subsidiem resposta para o problema da escassez de mão de obra no setor de transporte rodoviário de cargas.
- a extensão desse trabalho para uma amostra de maior volume de respondentes, incluindo outros municípios, em razão da representatividade da população.
- uma investigação quantitativa, que possa avaliar se o tempo de serviço que cada motorista ocupa na atual categoria, pode influenciar na capacidade empreendedora.

Para concluir, percebe-se que o estudo relacionado às características que compõem o perfil do empreendedor é incipiente, e um grande campo existe para ser explorado, dado ao dinamismo, amplitude e importância do tema. Além disso, este estudo centrou-se em um segmento de relevante importância para a economia do país, o setor de transporte rodoviário de cargas, e estudou uma profissão que se configura como vital para a sua operação.

Assim, a expectativa é de que esta pesquisa possa contribuir num primeiro momento, para que seus dados possam ser utilizados e considerados para futuras pesquisas e análises dentro do campo do empreendedorismo. E ainda, que os seus resultados e conclusões sirvam de balizador, para que empresários do setor de transporte rodoviário de cargas possam tomar decisões equilibradas nas gestões de suas empresas, considerando os perfis dos diferentes tipos de motoristas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADISSI, M. S. **Executivo brasileiro: como os bastidores do poder decidem contratações e carreiras**. São Paulo: Makron, 1997.

ALDRICH, H.; ZIMMER, C. Entrepreneurship through social networks. In Sexton, D. L. and Smilor, R. W. (Eds.). **The Art and Science of Entrepreneurship**. Cambridge, MA: Ballinger, p. 3-23, 1986.

ANDER-EGG, E. **Introducción a las técnicas de investigación social**. Buenos Aires: Nueva Visión, 1978.

ANDREASSI, T. Por que é tão difícil inovar em serviços. **Jornal Gazeta Mercantil**. São Paulo, p. 2 - 2, 2002.

Disponível em: <<http://www.mbc.org.br/mbc/uploads/biblioteca/1158007678.6A.pdf>>. Acesso em: 15/12/2011.

ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres. **Registro nacional de transportadores rodoviários de cargas**, 2011.

Disponível em <[www.antt.gov.br](http://www.antt.gov.br)>.

Acesso em: 15/02/2011.

**Anuário de gestão de frotas, treinamento e pós-vendas 2007**. São Paulo: OTM Editora, 2007.

ANUÁRIO NTC&LOGÍSTICA 2010-2011. **Associação Brasileira de Transporte de Cargas e Logística**, 176 p, 7. ed. São Paulo: 2011.

ARAÚJO, P. H. Trabalhadores autônomos e associativismo: o caso do transporte rodoviário no Estado de São Paulo. In: **VI Seminário do Trabalho: Trabalho, Economia e Educação no Século XXI**; Unesp; Marília-SP; 2008a.

Disponível em:

<[www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/6seminariotrabalho.htm](http://www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/6seminariotrabalho.htm)>

Acesso em: 11/01/2011

ARAÚJO, P. H. Caminhoneiros e resistência política: proletariado ou patrões de si mesmo? In: **III Simpósio Lutas Sociais na América Latina**. Grupo de Estudos de Política da América Latina; Universidade Estadual de Londrina; Londrina-PR; 2008b.

Disponível em: <[http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/simposio\\_iii.html](http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/simposio_iii.html)>.

Acesso em: 12/01/2011

ARAÚJO, R. R.; MULLER, C. J. . Avaliação Estratégica do Transporte Rodoviário de Cargas com o Emprego da Análise SWOT. In: XXI Congresso de Pesquisa e Ensino em Transportes, 2007, Rio de Janeiro. **Anais do XXI Congresso de Pesquisa e Ensino em Transportes**, 2007.

ARBACHE, F. S.; SANTOS, A. G.; MONTENEGRO, C.; SALLES, W. F. **Gestão de logística, distribuição e trade marketing**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

ARMOND, A. C.; NASSIF, V. M. J. A liderança como elemento do comportamento empreendedor: um estudo exploratório. **RAM - Revista de Administração Mackenzie** [online]. v.10, n.5, p. 77-106. ISSN 1678-6971, 2009.

Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v10n5/v10n5a05.pdf>>.

Acesso em: 24/08/2011

AYRES, K. V. Incidência de stress e características de empreendedorismo: contribuições e ameaças ao desempenho dos empreendedores de empresas incubadas. **Anais XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração – ENANPAD**. Atibaia/SP, 2003.

Disponível em:

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/827EE422C55246F303256FC7006E533A/\\$File/NT000A5366.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/827EE422C55246F303256FC7006E533A/$File/NT000A5366.pdf)>.

Acesso em: 05/09/2011.

AYRES, K. V.; CAVALCANTI, G. A.; BRASILEIRO, M. C. E. Stress de empreendedores: um estudo em empresas incubadoras. In: **Empreendedorismo – competência essencial para pequenas e médias empresas**. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas, p. 64-83. Brasília, 2001.

BANDURA, A. Self-efficacy mechanism in human agency. **American Psychologist**, 37: p. 122-147. 1982.

BANDURA, A. Human agency in social cognitive theory. **American Psychologist**. 44(9): p. 1175-1184, 1989.

BANDURA, A. Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), **Encyclopedia of human behavior**, v.4, p. 71-81. New York: Academic Press, 1994. (Reprinted in H. Friedman [Ed.], **Encyclopedia of mental health**. San Diego: Academic Press, 1998.

Disponível em: <<http://des.emory.edu/mfp/BanEncy.html>>

Acesso em: 17/07/2011.

BANDURA A. Social cognitive theory: an agentic perspective. **Annual Review of Psychology**, v.52, p. 1-26, 2001.

BAQUERO, G. **Testes psicométricos e projetivos: medidas psico-educacionais**. São Paulo: Loyola, 1974.

BARBATO, R.; DEMARTINO, R.; JACQUES, P. H. The entrepreneurial motivations of nonemployer entrepreneurs. **New England Journal of Entrepreneurship**, v.12, n.1, p. 33-43. Fairfield, 2009.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/231137318?accountid=34749>>.

Acesso em: 20/04/2011.

BARON, R. A.; MARKMAN, G. D. Cognitive mechanisms: potential differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 1999.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão de processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BENNIS, W. **A formação do líder**. São Paulo: Atlas, 1996.

BERGAMINI, C. W.; CODA, R. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BERTOLAZZI, M. A. **Empregado, autônomo e empresário: a tomada de decisão no setor de transporte rodoviário de cargas em São Marcos**. 1998, 179f. Dissertação de Mestrado em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Orientador Professor Francisco de Araujo Santos, Porto Alegre, 1998.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BIRLEY, S.; & MUZYKA, D. F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BORDIN, E. G. **Análise das empresas transportadoras de carga com ênfase na tecnologia de rastreamento**. 2008, 117f. Dissertação de Mestrado em Ciências em Engenharia de Transportes. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <[www.pet.coppe.ufrj.br](http://www.pet.coppe.ufrj.br)>. Acesso em: 11/10/2011.

BRADLEY, D. E.; ROBERTS, J. A. Self-employment and job satisfaction: investigating the role of self-efficacy, depression, and seniority. **Journal of Small Business Management**, v. 42, n. 1, p. 37-58, 2004. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/220957765?accountid=34749>>. Acesso em: 18/05/2011.

BROCKHAUS, R. H. The psychology of the entrepreneur. **Encyclopedia of Entrepreneurship**, vol.1, p. 39-57, 1982. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1497760>>. Acesso em 10/07/2011.

BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial process. In: W. D. Bygrave e A. Zacharakis (Eds.). **The portable MBA in entrepreneurship**. Hoboken, NJ: John Wiley e Sons, 2004.

CAIXETA FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. (org). **Gestão logística do transporte de cargas**. São Paulo: Atlas, 2001.

CARGA PESADA. **Cooperativas: em conjunto, o trabalho rende mais**. Edição 105, 2010. Disponível em: <<http://www.cargapesada.com.br/edicoesanteriores/edicao105/indice105.htm>>. Acesso em: 17/01/2011.

CARLAND, J. W.; HOY, F.; & CARLAND, J. A. C. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. **American Journal of Small Business**, 12(4), 33-39, 1988.

CASTRO, N. de. Estrutura e desempenho do setor de transporte rodoviário de carga. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, Rio de Janeiro, v.18, n.1, p. 55-82, abr. 1988.

CHAHAD, J. P. Z. Tendências recentes no mercado de trabalho: pesquisa de emprego e desemprego. **São Paulo em perspectiva**. 17 (3-4), p. 205-217, 2003.

CHAHAD, J. P. Z; CACCIAMALI, M. C. As transformações estruturais do setor de transporte rodoviário e a reorganização do mercado de trabalho do motorista de caminhão no Brasil. **Revista da ABET - Associação Brasileira de Estudos do Trabalho**, v.2, n.10, p.1-26, 2005.

CHEN, C. C.; GREENE, P. G.; CRICK, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 4, p. 295-316, 1998.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/195832871?accountid=34749>>. Acesso em: 19/05/2011.

CHUNG, L. H.; GIBBONS, P. T. Corporate entrepreneurship: The roles of ideology and social capital. **Group and Organization Management**, v.22, n.1, p.10-30, EUA, 1997.

CNT/CEL/COPPEAD/UFRJ. **Transporte de carga no Brasil: Ameaças e oportunidades para o desenvolvimento do país**. Rio de Janeiro: 2002.

CNT/CEL/COPPEAD/UFRJ. **Transporte de carga no Brasil: Ameaças e oportunidades para o desenvolvimento do país**. Rio de Janeiro: 2006.

COVEY, S. R. **Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes**. 14. ed. São Paulo: Best Seller, 2003.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRONBACH, L. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, 16, 297- 337, 1951.

CRONBACH, L; MEEHL, P. Construct validity in psychological tests. **Psychol Bull**, 52: 281-302, 1955.

CRUZ, E. Risco de Colapso. **Revista CNT – Transporte Atual**, n. 158, 2008.

CRUZ, J. V. B. **O trabalho autônomo na estrutura de ocupação da região metropolitana de salvador em 2005**. 2006. 74f. Dissertação de Mestrado em Economia. Universidade Federal da Bahia. 2006.

Disponível em: <<http://www.mesteco.ufba.br/scripts/db/teses/JOSEVALMIR.pdf>>. Acesso em: 23/06/2011.



CUNHA, C. J. C. A.; FERLA, L. A. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados - IEA, 1997.

CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. **Anais do XXVIII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - ENANPAD**, Curitiba, 2004.

CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 29, n. 1, p. 45-45, 1991.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/220953774?accountid=34749>>. Acesso em: 03/05/2011.

DANILEVICZ, A. M. F.; GIUSTINA, C. D.; ARAÚJO, R. R. Uma Análise Exploratória dos Problemas Associados ao Transporte Rodoviário de Carga por Autônomos. **Anais do XVII ANPET. Congresso Nacional de Ensino e Pesquisa em Transportes**, Rio de Janeiro - RJ, v. 2, p. 1203-1215, 2003.

DANTAS, E. B. Empreendedorismo e intraempreendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão. **BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, v. 1, p. 1-23, 2008.

Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 23/06/2011

DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos de iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DEJAX, P. J.; CRAINIC, T. G. A review of empty flows and fleet managements models in freight transportation. **Transportation Science**. 21: 227-247, 1987.

DELMAR, F. The psychology of the entrepreneur. **Enterprise and Small Business**, p. 132-154, 2000.

DeNOBLE, A.; EHRlich, S.; SINGH, G. Toward the development of a family business self-efficacy scale: a resource-based perspective. **Family Business Review**, v. 20, n. 2, p. 127-140; 2007.

Disponível em:

<<http://search.proquest.com/docview/211023312/fulltext/13467217FF36295AC86/1?accountid=34749>>. Acesso em: 25/06/2011.

DODD, S. D. Social network membership and activity rates: some comparative data. **International Small Business Journal**, v.15, n.4, p.80-7, 1997.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ERHART, S.; PALMEIRA, E. M. Análise do setor de transporte. In: **Observatório de la economia latinoamericana**, 71:1-6, 2006.

Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/>>.

Acesso em: 15/02/2011

ERTHAL, T. C. **Manual de psicometria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

FILION, L. J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.31, n. 3, p. 63-71, jul/set, 1991.

Disponível em: <[http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75901991000300006.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901991000300006.pdf)>. Acesso em: 21/01/2011.

FILION, L. J. From entrepreneurship to entreprenology. In: **USASBE annual national conference – entrepreneurship: the engine of global economic development**, San Francisco, 1997.

Disponível em:

<<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/p207Filion.pdf>>

Acesso em: 20/01/2011.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de empresas da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

Disponível em: <<http://www.rausp.usp.br/>>. Acesso em: 18/07/2011.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, 7(3), 2-7; 2000.

FREUD, S. **Além do princípio do prazer**. In: Obras completas. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GARCIA, U. L.; GIMENEZ, F. A. P.; TOLEDO, A. Ações e comportamento intra-empresários: uma escala de mensuração. In: V EGEPE - Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. **Anais do V EGEPE**. São Paulo : Mackenzie, 2008.

GATEWOOD, E. J.; SHAVER, K. G.; POWERS, J. B.; GARTNER, W. B. Entrepreneurial expectancy, task effort and performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p.187-206, 2002.

GELDEREN, M. V.; JANSEN P. Autonomy as a start-up motive. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 13, n.1, p. 23-32, 2006.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/219315525?accountid=34749>>

Acesso em: 16/07/2011.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório executivo: empreendedorismo no Brasil em 2009**. Curitiba: IBPQ - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2010.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório executivo: empreendedorismo no Brasil em 2010**. Curitiba: IBPQ - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GRANOVETTER, M. R. Economic action and social structure: the Problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, p. 481-510, 1985.

GREATTI, L. O uso do plano de negócios como instrumento de análise comparativa das trajetórias de sucesso e de fracasso empresarial. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**. Curitiba, PR, 2004.

GUIA DO TRC. Disponível em: <<http://www.guiadotrc.com.br/>> Acesso: 02/12/2010.

GUSMÃO, P. Falta de motoristas: uma realidade do mercado de transportes. **Portal da administração**, 2011.

Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/falta-de-motoristas-uma-realidade-do-mercado-de-transportes/43344/>>

Acesso em: 21/11/2011.

HARPER, D. **Entrepreneurship and the Market Process**, London: Routledge, 1996.

HASHIMOTO, M. **Lições de empreendedorismo**. 1. ed. Barueri: Manole, 2009a.

HASHIMOTO, M. **Organizações intraempreendedoras: construindo a ponte entre clima interno e desempenho superior**. 2009, 363f. Tese Doutorado. Escola de Administração de Empresas – FGV. São Paulo. 2009b.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010a.

HASHIMOTO, M. Empreendedorismo não tem idade. **Portal Santander Empreendedor**, 2010b.

Disponível em:

<http://www.santanderempreendedor.com.br/noticias/colunasemanal/446-empreendedorismo-nao-tem-idade>

Acesso em: 12/03/2012.

HEDBERG G.; LANGEDOEN S. Factor influencing the turnover of Swedish professional drivers. **Scand J. Work Enviromen Med**, 1993.

HERSEY, P.; BLANCHARD, K. H. **Psicologia para administradores: a teoria e as técnicas da liderança situacional**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1986.

HIJJAR, M. F. Preços de frete Rodoviário no Brasil. **Ilos Instituto de Logística e Supply Chain**, 2008.

Disponível em:

<[http://www.ilos.com.br/site/index.php?option=com\\_content&task=view&id=685&Itemid=74](http://www.ilos.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=685&Itemid=74)> Acesso em 14/01/2011.

HINDLE, K.; CUTTING, N. Can applied entrepreneurship education enhance job satisfaction and financial performance? An empirical investigation in the Australian pharmacy profession. **Journal of Small Business Management**, p. 162-167, 2002.

HISRICH, P. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundations of economic renaissance**. (org: HISRICH, R. D.). Lexington: Lexington Books. p. 18-25, 1986.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOFFMAN A. L. **Qualidade de vida dos motoristas de caminhão usuários do Programa Rodopac: um estudo de caso**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis; 2003.

HOLLANDER, E. P. **Leadership dynamics: a practical guide to effective relationships**. New York: The Free Press, 1978.

HULL, D.; BOSLEY, J.; UDELL, G. Renewing the hunt for the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. **Journal of Small Business Management**, v. 18, n.1, p. 11-18, 1980.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/220953164?accountid=34749>>  
Acesso em: 24/05/2011.

IBGE. **Pesquisa Anual de Serviços 2009**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2009.

Disponível em:

<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/pas/pas2009/default.shtm>>

Acesso em: 15/08/2011.

IBGE. **Censo demográfico**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010.

Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/resultados\\_preliminares/preliminar\\_tab\\_municipio\\_zip.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/resultados_preliminares/preliminar_tab_municipio_zip.shtm)> Acesso em: 15/12/2011.

JOHANNISSON, B. Networking and entrepreneurial growth. In D. Sexton, e H. Landström (Eds.), **Handbook of Entrepreneurship**. London: Blackwell, 2000.

KAUFMAN, L. **Passaporte para o ano 2000**. São Paulo: Makron Books, 1991.

KEEDI, S. **Transportes, unitização e seguros internacionais de cargas: prática e exercícios**. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

KENNEY, M. G.; WEINSTEIN, A. Psychographic segmentation of the self-employed: an exploratory study. **New England Journal of Entrepreneurship**; v. 13, n.2, p. 47-56, 2010.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/862750327?accountid=34749>>  
Acesso em: 23/06/2011.

KENRICK, D. T.; FUNDER, D. C. Profiting from controversy: lessons from the person-situation debate. **American Psychologist**, v. 43, n. 1, p. 23-34, 1988.

KETS DE VRIES, M. F. R. **Liderança na empresa: como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna**. São Paulo: Atlas, 1997.

KICKUL, J.; D'INTINO, R. S. Measure for measure: modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. **New England Journal of Entrepreneurship**, v.8, n. 2, p. 39-47, 2005.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/231135163?accountid=34749>>  
Acesso em: 23/06/2011.

KOTLER, P. Os líderes necessários: In: Coletânea HSM Management. **Liderança e gestão de pessoas: autores e conceitos imprescindíveis**. São Paulo: Publifolha; p. 47-54, 2002.

KOUZES, J. M.; POSNER B. Z. **The leadership challenge**. São Francisco: Jossey Bass, 1999.

KRAUSZ, R. **O poder nas organizações**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1991.

KURATKO, D. F.; HODGETTS, R. M. **Entrepreneurship: a contemporary approach**. 4. ed. Orlando: Dryden, 1998.

LEITE, E. F. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. 3. ed. Recife: Bagaço, 2002.

LEVERING, R. **Um excelente lugar para se trabalhar: o que torna alguns empregadores tão bons (e outros tão ruins)**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

LIMA, O; GUALDA, N. F. Qualidade em serviços de transporte: Conceituação e procedimento para diagnóstico. **Congresso de pesquisa e ensino em transportes. Anais**, v. 2. São Carlos, 1995.

LONGENECKER, J. e SCHOEN, J. E. The essence of entrepreneurship. **Journal of small business management**. EUA, 1975.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1997.

LONGHINI, A. S.; SACHUK, M. I. Análise das características empreendedoras dos empresários beneficiados com o crédito disponibilizado pelo programa Brasil Empreendedor. **Anais do I EGEPE- Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. ISSN 1518-4382. p. 57-70, out. 2000.

LOW, M.; MACMILLAN, I. Entrepreneurship: past research and future challenges. **Journal of Management**, v. 14, n. 2, p. 139, 1988.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/215257310?accountid=34749>>  
Acesso em: 10/02/2011.

MARKMAN, G. D.; BARON, R. A. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human Resource Management Review**, v.13, n. 2, p. 281-301. 2003.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/881300621?accountid=34749>>  
Acesso em: 06/01/2011.

MARKMAN, G. D.; BARON, R. A.; BALKIN, D. B. Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. **Journal of Organizational Behavior**, v. 26, n. 1, p. 1-19, 2005.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/224879890?accountid=34749>>  
Acesso em: 10/01/1011.

MASSON, V. A.; MONTEIRO, M. I. Estilo de vida, aspectos de saúde e trabalho de motoristas de caminhão. **Revista brasileira enfermagem** [online]. v.63, n.4, p. 533-540. ISSN 0034-7167, 2010.

Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672010000400006>>  
Acesso em: 12/01/2011.

MCCARTHY, B.; LEAVY, B. The entrepreneur, risk perception and change over time: a typology approach. **Irish Business and Administrative Research**, v. 19, n. 1, p. 126-140, 1998.

Disponível em: <<http://eprints.jcu.edu.au/11628/>>  
Acesso em: 25/03/2011.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MEIRELES, M.; SANCHES, C.; **Construção e Validação de Escala Likert**. 2010.  
Disponível em: <[www.profmeireles.com.br](http://www.profmeireles.com.br)> Acesso em: 12/12/2010.

MINTZBERG, H. **The nature of managerial work**. New York: Harper & Row, 1973.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MORENO, C. R. C.; ROTEMBERG, L. Fatores determinantes da atividade dos motoristas de caminhão e repercussões à saúde: um olhar a partir da análise coletiva do trabalho. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**. São Paulo, v.34, n.120, p. 128-138, 2009.

MORRIS, M. H.; ALLEN, J.; SCHINDEHUTTE, M.; AVILA, R. Balanced management control systems as a mechanism for achieving corporate entrepreneurship. **Journal of Management Issues**, EUA, v.18, n.4, p.468-493, 2006.

MUELLER, P. Entrepreneurship in the region: breeding ground for nascent entrepreneurs? **Small Business Economics**, v. 27, n. 1, p. 41-41, 2006.

Disponível em: <<http://search.proquest.com/business/docview/220942536/abstract/130AF55C2F1D2869E7/4?accountid=34749>>. Acesso em: 22/07/2011.

MULLER, C. J.; MICHEL, F. D. Análise de custos para empresas de transporte rodoviário de carga. **Anais do XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP**, Salvador, 2001.

Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001\\_TR32\\_0933.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001_TR32_0933.pdf)> Acesso em: 11/12/2011.

MUZYKA, D. F.; CHURCHILL, N. Incentivando o espírito empreendedor. In: **Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor**. São Paulo: Makrom Books, p. 285-289, 2001.

NASSIF, V. M. J.; GHOBRI, A. N.; SILVA, N. S. Understanding the Entrepreneurial Process: a Dynamic Approach. **BAR - Brazilian Administration Review [online]**. v.7, n.2, p. 213-226. ISSN 1807-7692, 2010a.

Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/bar>> Acesso em: 15/07/2011

NASSIF, V. M. J.; SILVA, N.; ONO, A.; BONTEMPO, P.; TINOCO, T. Empreendedorismo: área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2000 e 2008. DOI: 10.5585/rai.v7i1.458. **RAI - Revista de Administração e Inovação**, América do Norte, 7, mai. 2010b.

Disponível: <<http://www.revistarai.org/ojs-2.2.4/index.php/rai/article/view/458/272>> Acesso em: 02/02/2011.

NUNNALLY, J. C. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill Inc, 1978.

OLIVEIRA, M. A. L. **Qualidade: desafio da pequena e média empresa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

PAIVA JR., F. G.; CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. **Anais do XXVI ENANPAD – Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**: Salvador, 2002.

PALADINI, E. **Qualidade total na prática: implantação e avaliação de sistemas de qualidade total**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

PASQUALI, L. **Psicometria: teoria dos testes na psicologia e na educação**. Petrópolis: Vozes, 2003.

PELLMAN, R. **Intraempreendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

PENTEADO, R. Z.; GONÇALVES, C. G. O.; COSTA, D. D.; MARQUES, J. M. Trabalho e saúde em motoristas de caminhão no interior de São Paulo. **Saude Soc. [online]**, São Paulo, v.17, n.4, p. 35-45, ISSN 0104-1290, 2008.  
Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-12902008000400005>>  
Acesso em 21/03/2011.

PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. São Paulo: Edusp, 1999.

PERERA, L. C. J.; NASSIF, V. M. J.; NEGRO, A. C. M.; BENTO, L.; PRAMIO, H. S.; ONO, L. Missão: formar empreendedores. **Anais do XXVIII Encontro Nacional da Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Administração - ENANPAD**, Curitiba, PR, 2004.

PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p.129, 2003.

PINCHOT, G.; PINCHOT, E. S. **IntraCorporate Entrepreneurship**. Fall, 1978.

PINCHOT, G. **Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor**. São Paulo: Editora Harbra Ltda, 1989.

PIRELLI CLUB TRUCK. **De agregado a aliado**, edição n. 07, 2010.  
Disponível em <<http://www.pirellclubtruck.com.br/>>  
Acesso em 12/01/2011.

PORTAL NTC&LOGÍSTICA. **Faltam 120 mil motoristas de caminhão no Brasil**, 2011.  
Disponível em:  
<[http://www.portalntc.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=41876&catid=61](http://www.portalntc.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=41876&catid=61)>.  
Acesso em: 15/06/2011.

QUEIROZ, M. A. C. **Repensando o empreendedorismo: necessidade ou vocação? Uma análise a partir do Cadastro Central de Empresas do IBGE**. 2006. 79f. Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégica de Negócios. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.  
Disponível em:  
<[http://www.cra-rj.org.br/site/espaco\\_opiniao/arquivos/QUEIROZ,%20M.%20A.%20C.%20Dissertacao%20UFRRJ-ICHS-PPGEN.pdf](http://www.cra-rj.org.br/site/espaco_opiniao/arquivos/QUEIROZ,%20M.%20A.%20C.%20Dissertacao%20UFRRJ-ICHS-PPGEN.pdf)>. Acesso em: 20/07/2011.



RAGAZZI, N. **Uma escala de atitudes em relação à matemática**. 1976. 150 f. Dissertação Mestrado - Instituto de Psicologia - USP, São Paulo, 1976.

RAUCH, A.; FRESE, M. Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. **International Review of Industrial and Organizational Psychology**. v.15, p.101, 2000.

REIS, N. G. O apagão na infraestrutura empresarial. In: **VI Seminário Brasileiro de Logística**. NTC&Logística, 2010.

REYNOLDS, P. D. **Who starts new firms? Linear additive versus interaction based models**. Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference, London Business School, 1995.

RIGSBY, G. G. Smallest of small businesses gain ground. **The Business Journal of Milwaukee**, v. 22, n.44, 2002.

ROBBINS, S. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ROSA, I. **Trilhando caminhos e perseguindo sonhos: histórias e memórias de caminhoneiros**. 206f. Dissertação de Mestrado em História. Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, 2006.

Disponível em: <[http://www.bdt.d.ufu.br//tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=267](http://www.bdt.d.ufu.br//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=267)>  
Acesso em: 20/03/2011.

SANTOS, M. M. **Transporte rodoviário de cargas no Brasil: transportadores e sindicalismo a partir dos anos 1990**. 2007, 196f. Dissertação de Mestrado – Instituto de Economia – UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2007.

SANTOS, S. A. A ação empreendedora em uma economia globalizada e competitiva. In: **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: Ed. SEBRAE, p.13-28, 1995.

SATO, L. **Abordagem psicossocial do trabalho penoso: estudo de caso de motoristas de ônibus urbano**. 1991. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Psicologia Social PUC-SP, São Paulo, 1991.

SCHEIN, E. **Organizational culture and leadership**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1985.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Gestão estratégica e perfil empreendedor: o caso de uma empresa de tintas da cidade de Toledo/PR. **Revista Expectativa**. p. 119-135, 2006.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC – Revista de Administração Contemporânea** [online]. v.13, n.3, p. 450-467. ISSN 1982-7849, 2009.

Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>>  
Acesso em: 10/12/2010.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. **History of economic analysis**. Edited by Elizabeth Boody Schumpeter, New York, Oxford University Press, 1954.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **Manual de implantação do projeto EMPRETEC**. Brasília: Ed. Sebrae, 1990.

SEBRAE. Boletim estatístico das micro e pequenas empresas: primeiro semestre de 2005. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-pe>>. Acesso em: 25/01/2012.

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: 25/01/2012.

SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, p.42-57, 2005.

SEIBOLD, D. R. **The impact of formal procedures on group processes, members and task outcomes**. Thousand Oaks: Sage, 1999.

SELLTIZ, C.; JAHODA, M.; DEUTSCH, M.; COOK, S. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder e Edusp, 1967.

SEXTON, D. L.; BOWMAN, N. B. The entrepreneur: a capable executive and more. **Journal of Business Venturing**, v. 1, n.1, p. 129-40, 1985.

SHANE, S. **A general theory of entrepreneurship**. Series Editor: Sankaran Venkataraman, New horizons in entrepreneurship, 2003.

SHANE, S.; LOCKE, E. A.; COLLINS, C. J. Entrepreneurial motivation. **Human Resource Management Review**, v.13, n. 2, p.257-279, 2003.

SILVA, L. G. **O trabalho dos motoristas de caminhão: a relação entre atividade, vínculo empregatício e acidentes de trabalho**. 2011. 212f. Dissertação de Mestrado em Ciências - Pós Graduação Faculdade de Saúde Pública USP-SP; São Paulo, 2011.

Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6134/tde-24022011-111659/pt-br.php>>. Acesso em: 05/07/2011.

SOMOGGI, L. **Quebre as regras: as empresas valorizam cada vez mais os funcionários empreendedores – aqueles que fogem dos padrões, criam, inovam**. Você S.A., São Paulo, v.3, n.20, p. 62-69, fev. 2000.

SOSNOWSKI, A. Qual é o tempo da inovação? **O pulo do gato: inspirando empreendedorismo e inovação**, 2010.

Disponível em: <http://www.opulodogato.org/2010/04/22/qual-e-o-tempo-da-inovacao/>  
Acesso em: 15/03/2011.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. **O ensino do empreendedorismo em instituições de ensino superior brasileiras**. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2006.

STEVENSON, H.; GUMPERT, D. The heart of entrepreneurship. **Harvard Business Review**, v. 63, n. 2, p. 85-95, 1985.

STEWART, W. H.; ROTH, P. L. Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. **Journal of Applied Psychology**, n.86, p. 145-53, 2001.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações: gerando e avaliando patrimônios de conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento: criação e dialética do conhecimento**. São Paulo: Bookman, 2008.

TEDESCO, G. M. I.; VILLELA, T. M. A.; GRANEMANN, S. R.; FORTES, J. A. A. S. Mercado de transporte rodoviário de cargas no Brasil. **Revista ANTT**, ISSN: 2177-6571, v. 3, n. 2, 2011.

Disponível em: <[http://www.antt.gov.br/revistaantt/ed5/\\_asp/ArtigosCientificos-MercadoDeTransporte.asp](http://www.antt.gov.br/revistaantt/ed5/_asp/ArtigosCientificos-MercadoDeTransporte.asp)>. Acesso em: 02/01/2012.

TEIXEIRA FILHO, J. L. L.; SINAY, M. C. F. Modelo de fretes cobrados no transporte rodoviário de carga fracionada. In: Confederação Nacional do Transporte – CNT (eds.) **Transporte em transformação VI**. Brasília: Editora da UnB, 2002.

TEODORO, P.; OLIVEIRA, V. C. S. **O empreendedorismo por necessidade e a precariedade da formação gerencial do pequeno empreendedor brasileiro**. In: ÉSTER, Ângelo Brigato; PAÇO-CUNHA, Elcemir; SANÁBIO, Marcus Tanure (orgs). **Pequenas empresas: reflexões e perspectivas de ação**. Minas Gerais: editora UFJF, 2006. 348 p.

TIMMONS, J. A. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century.** Boston: Irwin, 1994.

VÉRIN, H. **Entrepreneurs, entreprises, histoire d'une idée.** Paris: Presses Universitaires de France, 1982.

VIEIRA, M. M. F. **Pesquisa qualitativa em administração II.** Rio de Janeiro: FGV, 2005.

WANG, C. K.; WONG, P. K. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. **Technovation**, 2004.

WANKE, P. F.; FLEURY, P. F. **Transporte de cargas no Brasil: estudo exploratório das principais variáveis relacionadas aos diferentes modais e às suas estruturas de custos.** In: João Alberto De Negri; Luís Cláudio Kubota. (Org.), **Estrutura e Dinâmica do Setor de Serviços no Brasil.** 2006. Brasília: IPEA, pp. 409-464.

WELP, M.; STOLL-KLEEMANN, S. **Integrative theory of reflexive dialogues.** Heidelberg: Springer-Verlag, 2006.

WOOD, R. E.; BANDURA A. Social cognitive theory of organizational management. **Academy of Management Review**, n.14, p. 361-384, 1989.

WRIGHT, P.; KROLL, M.; PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos.** São Paulo: Atlas, 2000.

ZIETSMA, C. Opportunity knocks – or does it hide? An examination of the role of opportunity recognition in entrepreneurship. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, Babson Park, US: Babson College, p. 242-56, 1999.

ZIMMERMAN, B. J. **Self-efficacy: essential motive to learn.** Contemporary Educational Psychology. n.25, p. 82-91, 2000.

## Apêndices

Apêndice - A – Questionário em formato Likert aplicado em Motoristas Autônomos e Motoristas Funcionários

LEGENDA	
DT	Discordo Totalmente
DP	Discordo Parcialmente
I	Indiferente
CP	Concordo Parcialmente
CT	Concordo Totalmente

PROPOSIÇÕES			DT	DP	I	CP	CT
			1	2	3	4	5
P1	AE	Prefiro trabalhar sem ter chefe.					
P2	AE	Tenho preferência por trabalhar de forma autônoma para ter maior autonomia profissional.					
P3	AE	Sou eu quem determina minhas próprias metas e objetivos de trabalho.					
P4	AE	Quando planejo minha viagem tenho certeza que serei capaz de realizá-la.					
P5	AR	Procuo conhecer bem a estrada que vou pegar para não ter surpresas desagradáveis.					
P6	AR	Eu assumiria uma dívida elevada de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.					
P7	AR	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.					
P8	AR	Apostaria minhas economias em um negócio com altas chances de sucesso.					
P9	PL	Tenho um bom plano da minha vida profissional a longo prazo.					
P10	PL	Antes de pegar a estrada procuro ver se está tudo certo com a carga e com o caminhão.					
P11	PL	Procuo estabelecer um planejamento para realizar as manutenções do meu caminhão.					
P12	PL	Pretendo continuar nesse ramo para acumular lucro para aposentadoria.					
P13	DO	Consigo com frequência melhores serviços (viagens) do que meus colegas.					
P14	DO	Quando surge um bom negócio eu procuro estar na disputa.					
P15	DO	No momento de investir no caminhão procuro em vários bancos para buscar a menor taxa de juros.					
P16	DO	Não me preocupo se a viagem é curta ou longa, procuro aquelas que me trazem maior rentabilidade.					
P17	PE	Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.					
P18	PE	Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la.					
P19	PE	Me apego bastante a uma ideia quando ela me parece ser boa.					
P20	PE	Quando consigo o que quero, quase sempre é porque me esforcei muito.					
P21	SO	Relaciono-me facilmente com outras pessoas.					
P22	SO	Os contatos sociais que tenho são importantes para minha vida profissional.					
P23	SO	Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente.					
P24	SO	Tenho interesse em participar de grupos de trabalho e associações profissionais.					
P25	IN	Encontro soluções criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.					
P26	IN	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.					
P27	IN	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.					
P28	IN	Sou conhecido por ter frequentemente várias ideias.					
P29	LI	Sou bastante conhecido no segmento de transporte rodoviário de cargas.					
P30	LI	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.					
P31	LI	As pessoas respeitam a minha opinião.					
P32	LI	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado					

Idade				
Gênero	Masc.		Fem.	
Estado Civil	Casado		Solteiro	Outros
Escolaridade	Fundamental		Médio	Superior
Vínculo	Agregado		Autônomo	Funcionário
Tem caminhão Próprio?	Sim		Não	
Trabalha com mais de uma empresa?	Sim		Não	
Tempo como Motoristas:				
Onde está sediado?				

## Apêndice – B – Validade de Conteúdo da Escala feita por Especialistas

PROPOSIÇÕES			E.1	E.2	E.3	E.4
P1	AE	Prefiro trabalhar sem ter chefe.	XO	X	X	X
P2	AE	Tenho preferência por trabalhar de forma autônoma para ter maior autonomia profissional.	X	X	X	X
P3	AE	Sou eu quem determina minhas próprias metas e objetivos de trabalho.	X	X	X	X
P4	AE	Quando planejo minha viagem tenho certeza que serei capaz de realizá-la.	X	X	X	X
P5	AR	Procuo conhecer bem a estrada que vou pegar para não ter surpresas desagradáveis.	X	X	X	X
P6	AR	Eu assumiria uma dívida elevada de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	X	X	X	X
P7	AR	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	X	X	X	X
P8	AR	Apostaria minhas economias em um negócio com altas chances de sucesso.	X	X	X	X
P9	PL	Tenho um bom plano da minha vida profissional a longo prazo.	X	X	X	X
P10	PL	Antes de pegar a estrada procuro ver se está tudo certo com a carga e com o caminhão.	X	X	X	X
P11	PL	Procuo estabelecer um planejamento para realizar as manutenções do meu caminhão.	X	X	X	X
P12	PL	Pretendo continuar nesse ramo para acumular lucro para aposentadoria.	X	X	X	X
P13	DO	Consigo com frequência melhores serviços (viagens) do que meus colegas.	X	X	X	X
P14	DO	Quando surge um bom negócio eu procuro estar na disputa.	X	X	X	XO
P15	DO	No momento de investir no caminhão procuro em vários bancos para buscar a menor taxa de juros.	X	X	XO	X
P16	DO	Não me preocupo se a viagem é curta ou longa, procuro aquelas que me trazem maior rentabilidade.	X	XO	X	X
P17	PE	Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.	X	X	X	X
P18	PE	Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la.	X	X	X	X
P19	PE	Me apego bastante a uma ideia quando ela me parece ser boa.	X	X	X	X
<b>P20</b>	<b>PE</b>	Quando consigo o que quero, quase sempre é porque me esforcei muito.	<b>X</b>	<b>NÃO</b>	<b>NÃO</b>	<b>NÃO</b>
P21	SO	Relaciono-me facilmente com outras pessoas.	X	X	X	X
P22	SO	Os contatos sociais que tenho são importantes para minha vida profissional.	X	X	X	X
P23	SO	Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente.	X	X	X	X
P24	SO	Tenho interesse em participar de grupos de trabalho e associações profissionais.	X	X	X	X
P25	IN	Encontro soluções criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	X	X	X	X
P26	IN	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	XO	X	X	X
P27	IN	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	XO	X	X	X
P28	IN	Sou conhecido por ter frequentemente várias ideias.	XO	X	X	X
P29	LI	Sou bastante conhecido no segmento de transporte rodoviário de cargas.	X	X	X	X
P30	LI	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	X	X	XO	X
P31	LI	As pessoas respeitam a minha opinião.	X	X	XO	X
P32	LI	No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	X	X	X	X

Notas: E.1 = especialista 1; E.2 = especialista 2; E.3 = especialista 3; E.4 = especialista 4;

AE= autoeficaz; AR= assume riscos calculados; PL= planejador; DO= detecta oportunidades; PE= persistente; SO= sociável; IN= inovador; LI = líder.

Fonte: Pesquisa (2011)

Apêndice – C - Apontamento dos respondentes com pontuação acima da mediana.  
Verificação da consistência interna

T1														
	R25	R20	R11	R13	R17	R16	R19	R6	R9	R12	R5	R26	R15	
P1	5	5	5	3	5	3	4	4	4	3	5	5	5	56
P2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	62
P3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	60
P4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	3	5	58
P5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	61
P6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	61
P7	5	4	1	5	5	5	2	5	5	4	3	4	1	49
P8	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	61
P9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	61
P10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	64
P11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
P12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	61
P13	5	4	4	3	4	3	5	4	3	3	5	2	5	50
P14	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	62
P15	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
P16	5	5	4	2	2	3	3	5	4	5	5	2	5	50
P17	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3	59
P18	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	62
P19	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	60
P21	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
P22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
P23	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	2	5	5	54
P24	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
P25	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	61
P26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	62
P27	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	60
P28	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	3	55
P29	4	4	4	3	4	1	4	2	2	3	1	2	5	39
P30	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	3	57
P31	5	5	3	4	2	3	5	4	5	4	3	2	3	48
P32	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	58
	154	146	140	140	140	138	138	137	137	137	135	134	133	

Nota: R = respondentes; P = proposições; T1 = grupo de respondentes que obtiveram índices superiores à mediana.

Fonte: Préteste – Pesquisa (2011)

Apêndice - D - Apontamento dos respondentes com pontuação abaixo da mediana e cálculo de D. Verificação da consistência interna.

	T2													D= (T1-T2)/13	ELIMINAR ALTERNAT. COM D<1	
	R7	R23	R14	R1	R18	R4	R10	R24	R8	R22	R21	R2	R3			
P1	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	5	43	1	MANTER
P2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	49	1	MANTER
P3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	2	3	5	5	56	0.30769	EXCLUIR
P4	4	5	4	5	3	2	2	4	2	3	3	4	4	45	1	MANTER
P5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	2	3	4	3	47	1.07692	MANTER
P6	5	5	4	1	1	4	2	4	4	2	5	1	2	40	1.61538	MANTER
P7	4	4	5	2	2	3	2	4	2	1	2	4	1	36	1	MANTER
P8	5	5	1	4	5	5	1	3	4	4	5	2	1	45	1.23077	MANTER
P9	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	47	1.07692	MANTER
P10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	61	0.23077	EXCLUIR
P11	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4	51	1.07692	MANTER
P12	5	3	5	2	3	1	5	3	4	4	5	1	5	46	1.15385	MANTER
P13	2	4	4	2	3	1	2	1	1	1	3	1	1	26	1.84615	MANTER
P14	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	59	0.23077	EXCLUIR
P15	2	5	5	4	3	5	3	5	4	5	5	1	3	50	1.07692	MANTER
P16	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	3	1	2	37	1	MANTER
P17	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	1	4	45	1.07692	MANTER
P18	4	4	4	4	5	4	4	1	4	5	3	5	1	48	1.07692	MANTER
P19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	47	1	MANTER
P21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	-0.0769	MANTER
P22	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	50	1.07692	MANTER
P23	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	41	1	MANTER
P24	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	60	0.07692	EXCLUIR
P25	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	47	1.07692	MANTER
P26	4	4	3	3	5	5	5	2	3	2	2	4	2	44	1.38462	MANTER
P27	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	2	2	47	1	MANTER
P28	3	3	4	5	4	3	3	3	2	4	2	1	2	39	1.23077	MANTER
P29	1	2	1	2	2	3	1	3	3	2	2	3	1	26	1	MANTER
P30	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	44	1	MANTER
P31	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	46	0.15385	EXCLUIR
P32	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	2	5	4	45	1	MANTER
	122	121	119	116	115	113	108	107	105	105	103	100	98			

Nota: R = respondentes; P = proposições; T2 = grupo de respondentes que obtiveram índices inferiores à mediana.

Fonte: Préteste – Pesquisa (2011)



Apêndice - E - Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para 70 motoristas funcionários respondentes ao estudo.

P <sup>1</sup>	GA <sup>2</sup>	%				
		Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1		12,86	12,86	37,14	11,43	25,71
2	AE <sup>3</sup>	17,14	21,43	24,29	17,14	20,00
4		7,14	7,14	0,00	27,14	58,57
5		4,29	7,14	1,43	20,00	67,14
6	AR <sup>4</sup>	30,00	20,00	12,86	17,14	20,00
7		37,14	24,29	11,43	17,14	10,00
8		7,14	27,14	14,29	34,29	17,14
9		4,29	14,29	8,57	28,57	44,29
11	PL <sup>5</sup>	2,86	10,00	5,71	22,86	58,57
12		14,29	21,43	12,86	21,43	30,00
13		31,43	14,29	27,14	12,86	14,29
15	DO <sup>6</sup>	7,14	5,71	10,00	21,43	55,71
16		10,00	18,57	14,29	31,43	25,71
17		7,14	21,43	10,00	45,71	15,71
18	PE <sup>7</sup>	4,29	10,00	8,57	31,43	45,71
19		4,29	5,71	2,86	41,43	45,71
21		5,71	4,29	5,71	20,00	64,29
22	SO <sup>8</sup>	4,29	14,29	11,43	28,57	41,43
23		5,71	11,43	18,57	30,00	34,29
25		2,86	11,43	12,86	35,71	37,14
26	IN <sup>9</sup>	8,57	17,14	15,71	28,57	30,00
27		4,29	14,29	20,00	31,43	30,00
28		8,57	18,57	17,14	38,57	17,14
29		22,86	12,86	25,71	28,57	10,00
30	LI <sup>10</sup>	5,71	24,29	21,43	30,00	18,57
32		14,29	11,43	20,00	27,14	27,14

Notas: <sup>1</sup>P= proposição. <sup>2</sup>GA= grupo de atributos. <sup>3</sup>AE= autoeficaz. <sup>4</sup>AR= assume riscos calculados. <sup>5</sup>PL= planejador. <sup>6</sup>DO= detecta oportunidades. <sup>7</sup>PE= persistente. <sup>8</sup>SO= sociável. <sup>9</sup>IN= inovador. <sup>10</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Apêndice - F - Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para 70 motoristas agregados respondentes ao estudo.

P <sup>1</sup>	GA <sup>2</sup>	%				
		Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1		0,00	5,71	15,71	47,14	31,43
2	AE <sup>3</sup>	0,00	5,71	4,29	42,86	47,14
4		0,00	2,86	1,43	44,29	51,43
5		1,43	4,29	2,86	15,71	75,71
6	AR <sup>4</sup>	11,43	10,00	22,86	41,43	14,29
7		10,00	12,86	22,86	45,71	8,57
8		2,86	20,00	21,43	35,71	20,00
9		1,43	12,86	32,86	37,14	15,71
11	PL <sup>5</sup>	1,43	0,00	2,86	25,71	70,00
12		2,86	7,14	24,29	20,00	45,71
13		10,00	21,43	22,86	21,43	24,29
15	DO <sup>6</sup>	2,86	0,00	5,71	12,86	78,57
16		5,71	5,71	2,86	35,71	50,00
17		10,00	22,86	17,14	30,00	20,00
18	PE <sup>7</sup>	0,00	2,86	1,43	45,71	50,00
19		0,00	1,43	2,86	38,57	57,14
21		2,86	7,14	11,43	41,43	37,14
22	SO <sup>8</sup>	2,86	2,86	12,86	45,71	35,71
23		0,00	14,29	22,86	47,14	15,71
25		2,86	2,86	20,00	58,57	15,71
26	IN <sup>9</sup>	2,86	2,86	11,43	50,00	32,86
27		0,00	2,86	10,00	55,71	31,43
28		1,43	5,71	30,00	54,29	8,57
29		25,71	35,71	15,71	21,43	1,43
30	LI <sup>10</sup>	2,86	15,71	40,00	28,57	12,86
32		1,43	5,71	21,43	50,00	21,43

Notas: <sup>1</sup>P= proposição. <sup>2</sup>GA= grupo de atributos. <sup>3</sup>AE= autoeficaz. <sup>4</sup>AR= assume riscos calculados. <sup>5</sup>PL= planejador. <sup>6</sup>DO= detecta oportunidades. <sup>7</sup>PE= persistente. <sup>8</sup>SO= sociável. <sup>9</sup>IN= inovador. <sup>10</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)

Apêndice - G - Distribuição percentual da frequência (%) das proposições por grupos de atributos para 70 motoristas autônomos respondentes ao estudo.

P <sup>1</sup>	GA <sup>2</sup>	%				
		Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1		0,00	2,86	17,14	22,86	57,14
2	AE <sup>3</sup>	1,43	0,00	4,29	20,00	74,29
4		0,00	1,43	10,00	54,29	34,29
5	AR <sup>4</sup>	0,00	1,43	7,14	10,00	81,43
6		10,00	4,29	4,29	21,43	60,00
7		10,00	11,43	1,43	32,86	44,29
8		7,14	8,57	12,86	42,86	28,57
9	PL <sup>5</sup>	0,00	4,29	15,71	48,57	31,43
11		0,00	0,00	7,14	45,71	47,14
12		2,86	4,29	27,14	35,71	30,00
13	DO <sup>6</sup>	12,86	35,71	18,57	21,43	11,43
15		1,43	1,43	4,29	5,71	87,14
16		0,00	10,00	20,00	40,00	30,00
17	PE <sup>7</sup>	5,71	20,00	22,86	37,14	14,29
18		2,86	0,00	1,43	15,71	80,00
19		0,00	4,29	0,00	18,57	77,14
21	SO <sup>8</sup>	1,43	1,43	0,00	37,14	60,00
22		0,00	0,00	2,86	32,86	64,29
23		2,86	8,57	21,43	47,14	20,00
25	IN <sup>9</sup>	0,00	1,43	18,57	51,43	28,57
26		1,43	5,71	7,14	15,71	70,00
27		1,43	1,43	10,00	30,00	57,14
28		2,86	2,86	30,00	50,00	14,29
29	LI <sup>10</sup>	21,43	15,71	12,86	40,00	10,00
30		0,00	2,86	14,29	55,71	27,14
32		1,43	7,14	20,00	50,00	21,43

Notas: <sup>1</sup>P= proposição. <sup>2</sup>GA= grupo de atributos. <sup>3</sup>AE= autoeficaz. <sup>4</sup>AR= assume riscos calculados. <sup>5</sup>PL= planejador. <sup>6</sup>DO= detecta oportunidades. <sup>7</sup>PE= persistente. <sup>8</sup>SO= sociável. <sup>9</sup>IN= inovador. <sup>10</sup>LI = líder.

Fonte: Resultado da pesquisa (2011)