

Marcelo Jacober de Moraes; Marcos Hashimoto, Tiago Zanett Albertini e Jair Sbaraini

**ANÁLISE COMPARATIVA DO PERFIL EMPREENDEDOR ENTRE  
MOTORISTAS AUTÔNOMOS E FUNCIONÁRIOS  
NO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS**

**ENTREPRENEUR PROFILE OF COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN  
INDEPENDENT DRIVERS AND EMPLOYEES IN THE ROAD  
TRANSPORT OF FREIGHT**

Marcelo Jacober de Moraes  
FACCAMP  
[mjacober@sestsenat.org.br](mailto:mjacober@sestsenat.org.br)

Marcos Hashimoto  
FACCAMP  
[prof.hashimoto@uol.com.br](mailto:prof.hashimoto@uol.com.br)

Tiago Zanett Albertini  
EMBRAPA  
[tiagoza@cnptia.embrapa.br](mailto:tiagoza@cnptia.embrapa.br)

Jair Sbaraini  
FACCAMP  
[jair.sbaraini@adoro.com.br](mailto:jair.sbaraini@adoro.com.br)

**RESUMO**

Embora pouco explorada em estudos acadêmicos, a categoria profissional de motoristas de caminhões representa ótimo potencial de estudos sobre este tipo de decisão, pois no Brasil, existe considerável diversidade de modelos de relacionamento entre motoristas e empregadores/clientes. O objetivo da pesquisa foi identificar diferenças de perfil empreendedor entre três categorias de motoristas: autônomos (trabalham por conta própria), funcionários (relação empregatícia formal) e agregados (possuem caminhão próprio, mas trabalham dedicados a uma empresa apenas), como forma de inferência sobre a decisão de abandonar o emprego para se tornar empreendedor com o próprio caminhão. Os atributos adotados nesta análise estão fundamentados nos estudos de Schmidt & Bohnenberger (2009): Auto Eficaz; Assume Riscos Calculados; Planejador; Detecta Oportunidades; Persistente; Sociável; Inovador; e Líder. A amostra de 210 motoristas representou igualmente as três categorias, delimitada no município de Campinas/SP, e os dados obtidos por questionário múltipla escolha no formato Likert, previamente validado. O estudo conclui que o perfil empreendedor pode ter influência na decisão do funcionário em seguir a profissão como empreendedor, mas, por ser um construto multidimensional, deve ser interpretado apenas sob a consideração de outros conjuntos de variáveis.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Motorista de Caminhões

**ABSTRACT**

Although little explored in academic studies, the professional status of truck drivers is great potential for studies of this type of decision, because in Brazil there is considerable diversity of models of the relationship between drivers and employers/clients. The objective of this research

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

was to identify differences between entrepreneurial three categories of drivers: autonomous (self-employed), employees (formal employment relationship) and aggregates (have own truck, but a company dedicated to working only), as a form of inference on the decision to leave the job to become an entrepreneur with his own truck. The attributes adopted in this analysis are based on studies of Bohnenberger & Schmidt (2009): Effective Self; Takes Calculated Risks, Planner, Detects Opportunities; persistent, sociable, Innovative, and Leadership. The sample of 210 drivers also represented the three categories defined in Campinas/SP, and data collected with a multiple-choice Likert format, previously validated. The study concludes that the entrepreneurial profile may influence the decision of the employee to follow the profession as an entrepreneur, but it is a multidimensional construct, should be interpreted only under the consideration of other sets of variables.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneur Profile, Truck Driver.

## 1. INTRODUÇÃO

Pesquisas sobre empreendedorismo têm atraído o interesse da comunidade científica nacional e internacional, e um dos temas que vem sendo alvo de análises por parte de artigos acadêmicos é o perfil empreendedor. No setor de transporte, a que este artigo se destina a estudar, não se identificam iniciativas de pesquisa nesta linha.

O perfil empreendedor relacionado ao comportamento pode apresentar-se como um fator de inovação, de identificação de oportunidades e de tomada de decisão, uma vez que os empreendedores voltam sua atenção e iniciativa para tirar proveito de oportunidades ainda não exploradas. É comum no setor de transporte rodoviário de cargas, a atuação de três formatos para a função de motorista: os motoristas funcionários, os motoristas autônomos e os motoristas agregados.

Os motoristas funcionários são aqueles que mantêm vínculo empregatício direto com uma empresa de transporte, ocorrendo através de registro de contrato de trabalho. Chahad *et al.* (2005) definem os transportadores autônomos como motoristas que possuem veículo próprio, trabalham para várias empresas e são contratados diretamente do mercado para viagens isoladas, de forma individualizada. Já os motoristas agregados são definidos por Moreno & Rotenberg. (2009) como sendo motoristas proprietários de veículo próprio de transporte, e que trabalham de forma exclusiva para uma empresa de transporte rodoviário de cargas.

Moreno & Rotenberg. (2009) explicam que, na prática, tanto motoristas autônomos quanto os agregados trabalham de forma autônoma, portanto são motoristas autônomos, com a diferença de que aqueles com a denominação de “Motorista Autônomo” trabalham para várias empresas com prestação de serviços pontuais. Já os chamados de “Agregados” trabalham vinculados a uma empresa por tempo determinado.

Hedberg e Langedoen (1993) afirmam que é comum para a categoria de motoristas a ocorrência de elevados índices de *turnover*, e dentre os motivos mais comuns destacam-se as jornadas de trabalho elevadas e irregulares.

Para Rosa (2006) os motoristas autônomos são fragilizados diante da forte concorrência a que são submetidos. Além disso, estes transportadores trabalham com margem de lucro apertada e a operação cada vez mais complexa, e se perderem o controle das suas despesas e

processos, ao invés de lucro, sofrerão prejuízos (Anuário de gestão de frotas, treinamento e pós-vendas, 2007).

A composição da frota de veículos do setor, segundo pesquisa da ANTT – Agência Nacional de Transporte Terrestre (2010) se dá da seguinte forma: 1.140.272 veículos de Transportadores Autônomos, 969.754 de Empresas Transportadoras e Carga Própria, e ainda 11.668 de Cooperativas.

Estes números indicam que os transportadores autônomos perfazem a maior parte dos motoristas, representando 57% da frota nacional, porém ao mesmo tempo isso não se reverte em termos de poderio efetivo. Trata-se de um segmento desagregado, desregulamentado e com baixa capacidade de representação, o que faz com que se torne vulnerável nos momentos de contratação por parte das empresas que utilizam da prestação de serviços de transporte. Além disso, o setor apresenta algumas características próprias, como: ausência de barreiras a novos entrantes e concorrência livre e predatória.

Considerando o cenário que se apresenta, pode-se presumir que atuar e sobreviver como empreendedor autônomo em um segmento com estas características não seja uma tarefa simples. Na tentativa de aprofundar e clarear o tema, esta pesquisa tem o objetivo de buscar possíveis explicações para o baixo grau de estruturação e profissionalização da categoria, tomando como hipótese uma baixa relação destes profissionais com o perfil empreendedor, uma vez que boa parte destes profissionais era formada por motoristas empregados antes de assumir a carreira autônoma e independente. Para este fim, foi construído e validado um instrumento de pesquisa quantitativa para um estudo junto a estas três categorias de motoristas, com amostra delimitada no município de Campinas/SP.

É esperado que os resultados demonstrem se existem diferenças de perfil empreendedor entre motoristas autônomos, funcionários e agregados e assim levantar possíveis inferências sobre a influência do perfil empreendedor na decisão do motorista funcionário decidir se tornar autônomo (empreender).

Este estudo está baseado no trabalho realizado por Schmidt & Bohnenberger (2009), que propuseram um modelo de medição para o perfil e a intenção empreendedora, relacionando-os com o desempenho organizacional, através do qual se construiu o instrumento de medição e um modelo estrutural foi proposto para esta finalidade. Assim, Identificar e descrever as características que compõem o perfil empreendedor dos motoristas rodoviários de carga e a frequência com que os atributos se mostram presentes no perfil empreendedor serão os objetivos deste estudo. Iniciamos o estudo com um levantamento das definições pela revisão da literatura sobre o perfil empreendedor

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

As investigações a respeito das características pessoais da figura 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

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

probabilidade de ser bem sucedido, se desempenhar dentro do seu negócio, atividades que venham de encontro ao seu perfil.

As pesquisas que estudam o perfil do empreendedor já remontam mais de 50 anos, e os resultados mostram que alguns traços têm sido identificados, como por exemplo, a comedida vocação para assumir riscos ou assumir riscos calculados (Kaufman, 1991), a necessidade de auto-realização (McCLELLAND, 1961), e a elevada auto-eficácia (MARKMAN, BARON; BALKIN, 2005).

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

Um estudo mais atual traz uma abordagem com outro viés. Nassif et.al (2010) contribuem para a compreensão do “processo empreendedor”, baseado no modelo proposto por Bygrave (2004), que sugere uma dinâmica evolutiva nos atributos do empreendedor segundo a qual o perfil de atuação desenvolve capacidades adicionais na medida em que a organização cresce em tamanho e complexidade.

Os estudos realizados por Nassif et.al (2010) concluíram, através de relatos de empreendedores em pesquisas empíricas, que a predominância dos aspectos afetivos tais como: perseverança, coragem, motivação pessoal, disposição em correr risco, otimismo etc. surgem no início do empreendimento, principalmente na concepção do negócio. Já nos estágios posteriores, as mesmas pesquisas indicam que os empreendedores atribuem maior importância gradativamente aos aspectos cognitivos, tais como: assumir riscos calculados, realizar parcerias, planejar e definir metas, conhecer o mercado e capacidade de comunicação.

Acompanhando e analisando os estudos realizados por diversos autores, esta pesquisa está embasada no trabalho feito por Schmidt & Bohnenberger (2009), que propuseram um modelo de medição para o perfil e a intenção empreendedora segundo um modelo estrutural que mede 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, & GARTNER, 2002; PETERMAN & KENNEDY, 2003; SEGAL, BORGIA, & SCHOENFELD, 2005; WANG & WONG, 2004), até medições que envolvem a empresa, como a sua continuidade (GREATTI, 2004) e desempenho financeiro (HINDLE & CUTTING, 2002).

Schmidt & Bohnenberger (2009) mencionam ainda que dentre os estudos que puderam encontrar referente ao tema, Lopes & Souza (2005) objetivaram especificamente a construção de um instrumento de medição para o perfil empreendedor, partindo de quatro fatores identificados pela literatura: realização, planejamento e poder, acrescidas do fator inovação. A análise fatorial apontou a existência de somente dois fatores compostos: Prospecção e Inovação, e Gestão e Persistência; e que sugerem a existência empírica de somente um fator, chamando-o Atitude Empreendedora.

Os autores procuraram ampliar a base de conceitos sobre o perfil empreendedor, através de definições encontradas na literatura, extraindo-se características atitudinais comuns citadas



Marcelo Jacober de Moraes; Marcos Hashimoto, Tiago Zanett Albertini e Jair Sbaraini

diretamente ou presentes indiretamente, na forma de pré-requisitos para sustentá-las e que serviram de base para a elaboração do instrumento de medição. A tabela 1 a seguir descreve estas características:

Tabela 1: Características Atitudinais do Empreendedor

Características Atitudinais	Descrição
<b>Auto-eficaz</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, &amp; 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 &amp; Peters, 2004, p. 29).</p>
<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>“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 &amp; Baron, 2003, p. 289).</p> <p>“que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (Birley &amp; 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 &amp; 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, &amp; 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, &amp; Petty, 1997, p. 3).</p>
<b>Inovador</b>	<p>“empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica (Carland, Hoy &amp; Carland, 1988).</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 &amp; Baron, 2003, p. 114).</p>

Fonte: (SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009)

**Auto Eficaz:** A auto-eficácia por muitos autores é relacionada à opinião que um indivíduo tem relativo à sua aptidão para dar vida à motivação e ações necessárias para obter êxito em uma determinada tarefa. 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

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

para poder gerar os resultados desejados, que o autor chama de percepções de auto-eficácia. Ele acredita que sem tais crenças um indivíduo terá pouco estímulo para empreender ações e persistir nas situações adversas a que for submetido no dia-a-dia.

Para Shane (2003), a auto-eficácia é a crença nas capacidades pessoais para executar com sucesso uma determinada tarefa. Pesquisa realizada por Markman et.al (2005) traça uma relação entre auto-eficácia e perseverança, afirmando que são construtos distintos apesar de possuírem parentesco muito próximo onde a perseverança é diretamente influenciada pela auto-eficácia.

Esta relação é corroborada por DeNoble et.al (2007), quando mencionado que a premissa de auto-eficácia é que a força da crença na própria capacidade de influenciar o esforço na perseguição de um objetivo. Afirmando ainda que empreendedores devem apresentar "diligência e perseverança" e "vontade e unidade" fundamentalmente negócio, e que esses comportamentos são o resultado de um indivíduo de elevada auto-eficácia.

**Assume Riscos Calculados:** 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 na 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.

Para Hashimoto (2009), "Risco" 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.

Esta linha de pensamento é corroborada por Bessant & Tidd (2009) que 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 como forma de antecipar e minimizar os riscos.

O plano de negócio ganha especial importância para Baron e Shane (2007) uma vez que serve como instrumento que ajuda o empreendedor a ficar menos suscetível ao excesso de entusiasmo, um problema que pode levar o empreendedor a maximizar os pontos positivos do negócio, ao mesmo tempo que minimiza as chances do que pode dar errado.

Um maior embasamento nesta linha do risco calculado é transmitido por Hashimoto (2010), com abordagem de que o risco é uma conjunção entre os fatores: ameaça; probabilidade; e impacto. Segundo o autor, o risco é diretamente proporcional ao número de ameaças que o negócio está exposto, à probabilidade das ameaças se concretizarem e ao impacto que pode causar ao negócio se as ameaças se concretizarem.

Além destas variáveis, Hashimoto (2010) ainda ressalta mais dois elementos na análise de riscos: incerteza e complexidade. O fator incerteza é assim determinado pela quantidade e qualidade de informações disponíveis sobre as variáveis conhecidas. Quanto maior a incerteza, maiores são as chances de alguma coisa não prevista acontecer. O fator complexidade é determinado pelo número de variáveis que incidem sobre a atividade. Quanto maior o número de variáveis, maior é a chance de alguma delas não ocorrer segundo o previsto. O melhor é

sempre balancear todos os elementos de ameaça, complexidade, probabilidade, incerteza e impactos na hora de tomar decisões importantes.

**Planejador:** Este atributo considera que o indivíduo apresente um grupo de características que estão voltadas a levá-lo a pensar antecipadamente sobre os componentes do empreendimento. Restrições e limitações financeiras exigem do empreendedor a capacidade de planejar de forma minuciosa a aplicação e uso dos recursos para reduzir as possibilidades de insucesso e o surgimento de dificuldades na implantação do negócio. É nesta linha a abordagem que Baron e Shane (2007) descrevem que os planos de negócios eficazes devem considerar não apenas as possibilidades de oportunidades, mas também o que pode dar errado.

A elaboração de planejamentos detalhados como um plano de negócio está fora do alcance de escopo de pequenos e micro empreendedores, geralmente carentes de formação adequada e sem conhecimento suficiente para compreender certos aspectos de um planejamento eficaz. Para estes casos, Filion (1999) sugere que um planejamento informal com ajustes constantes, frequentemente sem material escrito, mas estruturado em suas cabeças, baseados ou guiados pela visão pessoal são suficientes para negócios de baixo grau de complexidade.

O mesmo acontece com o processo de elaboração de planos estratégicos, de longo prazo, no qual Schmidt e Dreher (2006), alinhados com Filion, igualmente sugerem que empreendedores de negócios de pequeno porte não precisam elaborar planos formais e demandar tempo desnecessário para exercícios de tal complexidade e sim elaborar planos empíricos, baseados em suas experiências diárias e construídos de forma intuitiva.

**Detecta Oportunidades:** A capacidade de detectar oportunidades está relacionada com a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança (MARKMAN & BARON, 2003). Pode estar relacionada com a auto-eficácia (ERIKSON, 2002), na medida em que indivíduos que se sentem mais seguros como empreendedores conseqüentemente se apresentam mais atentos a possíveis oportunidades de negócios.

Outros estudos relacionam esta característica com determinadas atitudes do empreendedor, como por exemplo, ser pró-ativo e fazer as coisas antes do solicitado; participar ativamente para expandir o negócio; e aproveitar oportunidades raras para iniciar um negócio (SEBRAE, 1990).

Já Ardichvili et.al (2003) fazem uma abordagem mais pragmática desta característica, enfatizando que nem todas as oportunidades identificadas pelo empreendedor podem ser traduzidas em conceitos de negócio. Em um processo de seleção natural, apenas uma parte destas oportunidades podem ser traduzidas em um plano de negócio e nas etapas seguintes, quando da criação efetiva do negócio, nem todos os negócios obtêm êxito, levando-nos a refletir sobre o processo de validação de oportunidades potenciais de negócio à luz de todas as fases que levam ao sucesso.

**Persistente:** Esta característica é percebida quando o indivíduo se depara com situações de frustração e stress. Ayres et. al (2001) observou que os empreendedores, sob nível elevado de stress, caracterizado por fatores com imprevisibilidade, tolerância ao risco e a inconstância financeira, convivem com aspectos que tem relação íntima com formas de superar as

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

dificuldades, alternativas de ação, postura diante de adversidades, tentativas de reposicionamento e disposição para enfrentar problemas.

Para Leite (2002), esta característica é responsável por dirigir a atenção de um indivíduo para que este execute da melhor forma possível suas atribuições, atingindo os objetivos propostos, de maneira eficaz no que se propõe, porém respeitando os limites estabelecidos por critérios de ética.

Especificamente à amostra desta pesquisa, pode-se citar Penteado et al (2008) que concluíram que diversos aspectos das condições de trabalho, hábitos e comportamentos de motoristas de caminhão exercem impactos negativos sobre sua saúde, com prejuízos para a comunicação e a qualidade de vida. Fato que pode relacionar-se com o nível de persistência das três categorias de motoristas.

**Ser sociável:** A diversidade das relações sociais possibilita um aumento do potencial para elevar a qualidade do desempenho dos indivíduos, gerando criação de novos conhecimentos e iniciativas inovadoras (SEIBOLD, 1999). Por isso, o empreendedor se vale de seus contatos como estratégia na busca de dividendos no âmbito profissional.

Baron e Shane (2007) reforçam esta constatação ao observarem que é muito mais provável que investidores forneçam capital a empreendedores com quem tenham algum vínculo empresarial ou social direto, isto é, pessoas com quem eles tenham feito negócios antes ou seus colegas, do que para pessoas com quem não tenham tido nenhum vínculo anterior.

Através do diálogo, os empreendedores fortalecem relacionamentos pessoais baseados em vínculos de confiança e afetividade (WELP e STOLL-KLEEMANN, 2006) que ampliam suas chances de compensar deficiências pessoais e carência de competências e conhecimentos por meio da complementaridade que sua rede pessoal provê.

**Inovador:** O economista J. Schumpeter (1982) retrata a inovação como o agrupamento de novas funções evolutivas que de alguma forma modificam os processos de produção e é responsável pelo desenvolvimento econômico, considerando que, com o avanço da tecnologia, caem as vendas dos antigos produtos ou serviços, e que as invenções e inovações representam a base do futuro de qualquer unidade econômica (HISRICH, PETERS & SHEPHERD, 2009).

Já numa abordagem mais contemporânea 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.

É importante notar, entretanto, que empreendedorismo e inovação não são sinônimos, existem diferenças entre criatividade, inovação e empreendedorismo. Embora exista uma relação entre a inovação e a criatividade, uma coisa é ter uma boa idéia, uma característica da criatividade, outra é dar uma aplicação útil a ela, o que está relacionado com inovação, e outra ainda é transformá-la em um negócio lucrativo, este sim, relacionado com empreendedorismo. (HASHIMOTO, 2010).

**Líder:** Para Adissi (1997) o empreendedor líder é aquele indivíduo 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 processo de liderança está relacionado a habilidades pessoais do indivíduo, e para 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.

Habilidades interpessoais são aquelas que conduzem ao bom relacionamento com clientes, responsáveis por fontes de financiamentos e fornecedores. Debelak (1999) sugere que o empreendedor mostre possuir sensibilidade, habilidade de percepção, e que precisa da experiência de todos; que tem perseverança na sua idéia; aceita sugestões; e que procura enfrentar problemas de forma transparente.

### 3. METODOLOGIA

Esta pesquisa utilizou uma amostra composta por 210 motoristas distribuídos da seguinte forma: 70 motoristas funcionários; 70 motoristas agregados; 70 motoristas autônomos.

Considerando as dimensões acerca do perfil empreendedor, pesquisadas e estudadas à luz da literatura existente, foram estabelecidos os seguintes atributos de análise: Auto Eficaz; Assume Riscos Calculados; Líder; Detecta Oportunidades; Inovador; Planejador; e Persistente.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário com 32 proposições relacionadas a estes atributos pré-definidos, com escala no formato Likert de cinco pontos, abrangendo desde “Discordo totalmente” a “Concordo totalmente”, descrito na Tabela 2:

Tabela 2. Descrição do questionário baseado nas proposições e grupos de atributos

<b>Proposições para o instrumento de pesquisa</b>	
Grupo Atributos	Proposições
Auto-Eficaz	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.
Assume Riscos	5 - Procuro 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.
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.
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).
Persistente	17 - Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

	18 - Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la. 19 - Me apego bastante a uma idéia quando ela me parece ser boa. 20 - Quando consigo o que quero, quase sempre é porque me esforcei muito.
Sociável	21 - Me relaciono facilmente com outras pessoas. 22 - Os contatos sociais que tenho são importante 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.
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 idéias com frequência.
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: Dados da pesquisa

- 1) Seleção de um conjunto de proposições relacionadas ao conceito em estudo;
- 2) Elaboração do caput do questionário;
- 3) Elaboração das Instruções de preenchimento;
- 4) Teste da consistência interna dos itens, que considera que um item se o mesmo guarda correlação com os resultados globais da escala toda (BAQUERO, 1974, p.335);
- 5) Teste da validade de construto, utilizando o  $\alpha$  de Cronbach (1955), que deve variar de 0 a 1.

A verificação da consistência interna das proposições foi feita pelo método Likert, seguindo os seguintes passos (BAQUERO, 1974):

Passo 1: Aplicando o questionário a um conjunto de 20 respondentes sendo que, 10 respondentes foram incluídos em T1(classificados como ruins) e outros 10 restantes (classificados como bons) em T2.

Passo 2: Tabulação das respostas recebidas.

Passo 3: Calculo das diferenças entre T1 e T2 para cada proposição (coluna T1-T2) e dividido por 10 (que é o tamanho de cada amostra), resultando em:  $[D=(T1-T2)/10]$ .

Passo 4: Eliminação das proposições cujo valor  $D < 1$ . O valor D é o critério para selecionar as proposições que não possuem poder discriminatório, isto é: elas não diferenciam sujeitos do grupo T1 do grupo T2.

Passo 5: para confirmar este procedimento, ou seja, para medir a confiabilidade da escala, ou a validade de constructo, utilizamos o coeficiente  $\alpha$  de Cronbach, por meio do software SPSS 11.x.

Com isso apenas as seguintes proposições foram validadas: P1, P2, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P21, P22, P23, P25, P26, P27, P28, P29, P30, e P32.

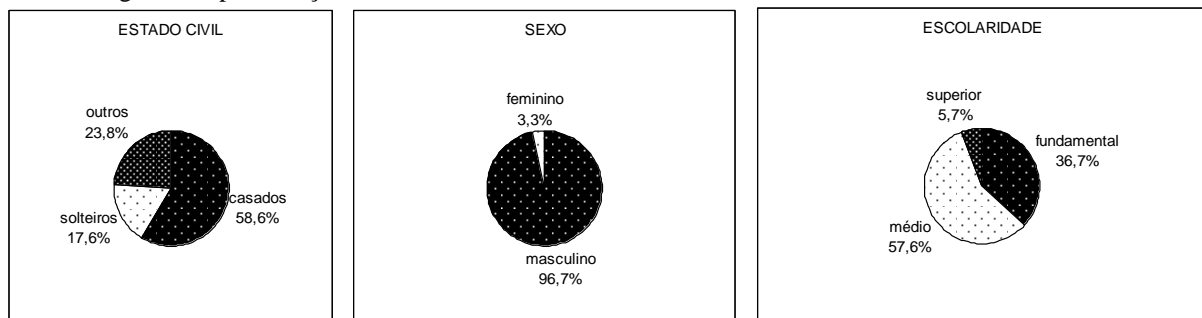
As variáveis sócio-ambientais (idade e tempo de serviço) obtidas por meio do questionário foram analisadas utilizando o procedimento Univariate do SAS (SAS, Inst. Inc., Cary, NC). Nesta etapa o Proc Univariate foi utilizado no cálculo do número de observações, soma, média, valor mínimo, valor máximo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

O valor obtido para o  $\alpha$  de Cronbach, no caso desta pesquisa foi de 0,905. Considerando que este indicador assume valores entre 0 e 1 pode-se trabalhar com a premissa de que as correlações entre os itens são positivas.

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os motoristas apresentaram na avaliação geral, 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) desta última característica sugere uma alta rotatividade, e pode ser explicada pela instabilidade das condições de trabalho. Resultado que corrobora as afirmações de Hedberg e Langedoen (1993) no que tange ao elevado *turnover* dessa profissão, como conseqüência das 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 1).

Figura 1. Apresentação das variáveis sócio-ambientais: estado civil; sexo e escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa

O Anexo 1 mostra o comportamento da amostra de motoristas frente aos oito atributos que compõem o perfil empreendedor e também às cinco escolhas de pontuação para cada proposição. Esta tabela considera a amostra total, ou seja, as três categorias de motoristas (funcionários, agregados e autônomos).

**Auto-eficácia (AE).** As proposições P1, P2 e P4 são relacionadas ao atributo Auto-Eficaz (AE), em que a maior parte dos motoristas não concorda em trabalhar sob as ordens de um patrão e ter maior autonomia profissional. Esta evidência se apresenta com maior intensidade nas respostas dos motoristas agregados onde 57,14% preferem trabalhar sem ter chefe e 74,29% prezam por autonomia profissional.

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

Outro ponto que chama a atenção com relação ao atributo AE é que os menores percentuais apresentados estão na categoria funcionários, apenas 25,71% responderam que preferem trabalhar sem ter chefe e 20% tem preferência por autonomia profissional, o que sugere que estes não dão tanta importância à autonomia e ao fato de ficarem submetidos a um patrão.

Grande parte dos motoristas autônomos não mostrou interesse em trabalharem submetidos a um chefe, acreditam em seu potencial de trabalho, além de preferirem criar suas metas ou atividades de maneira autônoma, e preferem atividades diversificadas mudando suas formas de trabalho quando possível, na linha do que é defendido por Chen, Greene & Crick (1998), quando afirmam que a auto-eficácia está relacionada à 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.

Pesquisa feita por Barbato et.al. (2009) comparando empresários empregadores e empresários autônomos, indicou que estes últimos mostraram maior propensão para flexibilidade nas atividades de trabalho, pois apreciam uma maior capacidade de gerenciar a relação trabalho-família.

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, o que sugere que a grande maioria está mais preocupada em cumprir jornadas de trabalho menores e que fiquem insatisfeitos de cumprirem elevadas jornadas de trabalho.

**Assume Riscos Calculados (AR).** É considerado através das proposições P5, P6, P7 e P8. Os percentuais não mostram índices elevados com exceção de P5 que está relacionada à cautela no momento de pegar a estrada com 74,76% dos motoristas procurando obter informações antecipadas das estradas para evitar surpresas. Os percentuais mais elevados são encontrados nos motoristas autônomos, que são os que se mostram mais dispostos a assumirem possíveis riscos calculados. Destes, 81,43% dão importância a conhecer bem a estrada para não serem pegos de surpresa e 60% assumiriam dívidas de longo prazo relacionada ao negócio, um grande contraste com relação à média geral, no qual apenas 1/3 assumiria dívidas de longo prazo (P6), e apenas 1/5 admite correr riscos (P7) ou apostaria suas economias em negócios (P8). Resultados que indicam a precaução dos motoristas em arriscar, que pode ser embasada por Rosa (2006) que salienta a fragilidade dos motoristas autônomos diante da forte concorrência a que estes estão submetidos, e pelo que afirma o Anuário de gestão de frotas, treinamento e pós-vendas (2007) de que os transportadores trabalham com pequena margem de lucro e operações complexas, e se perderem o controle de suas despesas sofrerão prejuízos.

**Planejador (PL).** As proposições P9, P11, e P12 fazem a abordagem ao atributo Planejador (PL). O resultado mais expressivo foi apresentado pela categoria Agregados, onde 70% dos respondentes declaram a importância de se estabelecer planejamento para realizar as manutenções do caminhão (P11), contra metade da média geral. Por sua vez, a minoria de funcionários e autônomos tem a intenção de continuar neste ramo acumulando lucro para a aposentadoria.

**Detectar Oportunidades (DO).** 73,81% dos motoristas apontam que, se forem investir no caminhão, irão procurar melhores taxas de juros em vários bancos. O maior percentual de



respostas neste item é encontrado nos motoristas autônomos com 87,14%. Porém apenas 16% entendem que consegue melhores serviços do que os colegas (P13), e pouco mais de um terço acredita que a rentabilidade da viagem é mais importante do que seu tempo de duração (P16).

**Persistente (PE).** As afirmativas indicam ser um atributo que contou com grande preferência por parte dos motoristas autônomos, sendo que 80% destes continuarão tentando resolver uma tarefa mesmo que pareça de difícil solução e 77,14% se apegam bastante a boas ideias. De uma forma geral, mais da metade (58%) dos motoristas são persistentes na tentativa de resolução de tarefas por mais difíceis que pareçam (P18), e ainda 3/5 dos motoristas apontam que se apegam bastante a idéias que julgam ser interessantes (P19). Porém a minoria, apenas 16%, julga-se profissionalmente mais persistente do que outras pessoas (P17).

Um fato que chama atenção é que, ao mesmo tempo em que motoristas autônomos apresentam os percentuais acima quanto a PE, apenas 14,29% destes afirmam que se acham mais persistentes do que outras pessoas, transmitindo uma imagem de humildade.

**Ser Sociável (SO).** Relevante em muitas profissões e, das categorias objeto desta pesquisa, as que apresentaram maiores índices foram as de motoristas funcionários e autônomos. Foi apontado que 64,29% dos motoristas funcionários e 60% dos motoristas autônomos se relacionam com facilidade com outras pessoas (P21). Moreno & Rotemberg (2008) abordam que grande parte dos motoristas que são 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. Apontam que 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 as saudades. Alguns motoristas agregados aproveitam as viagens para levar a família junto para poder passar mais tempo com ela.

Entre os motoristas autônomos, 64,29% afirmam que os contatos sociais são importantes para sua vida profissional (P22). Já no campo 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). Este cenário sugere que a autonomia conseguida pode ser cerceada pela vida dura e difícil em razão das elevadas cargas horárias de trabalho, fazendo com que os motoristas tenham dificuldades de manter uma vida familiar.

De uma forma geral, pouco mais da metade entende que se relacionam facilmente com outras pessoas (P21), e quase metade acha que os contatos sociais que tem são importantes para sua vida profissional (P22). Porém uma pequena parcela, menos de 1/4, indica conhecer várias pessoas que possam lhe ajudar profissionalmente (P23).

**Inovadores (IN).** A categoria que mostrou possuir profissionais mais predispostos a serem Inovadores (IN) são os motoristas autônomos, onde todos os indicadores dos motoristas autônomos foi maior do que a média, com destaque para os 70% que afirmam que preferem um trabalho repleto de novidades ao invés de atividades de rotina (P26), fato que pode estar relacionado à própria característica das atividades destes profissionais que viajam constantemente. Hoje estão em um lugar e amanhã em outro lugar e para clientes diversos. Quanto às demais categorias, quase a metade dos motoristas é avessa à rotina preferindo atividades diversificadas (P26) e perto de 40% indicam gostar de mudar suas formas de

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

trabalho quando podem (P27). Porém a minoria, menos de 1/3, se acha criativo para resolver problemas (P25), e uma proporção ainda menor, de 13%, quer ser conhecido por ter idéias com frequência (P28).

**Liderança (LI).** De um modo geral, em todas as categorias, os percentuais foram de pouca expressividade. Apenas 7,14% dos respondentes afirmam ser bastante conhecidos no setor de transporte, e 19,52% que as pessoas pedem suas opiniões para assuntos de trabalho (P30). O destaque negativo foi para os motoristas agregados, para os quais, apenas 1,4% afirmam ser conhecidos no setor (P29) ou que recebem consulta de outras pessoas pedindo sua opinião, ou ainda que influenciem a opinião de outras pessoas no trabalho. Os líderes estão orientados para as pessoas, contexto e cultura, procurando servir os colaboradores da organização (CHIAVENATO, 2004). Motoristas são profissionais que normalmente trabalham sozinhos, característica esta que pode sugerir o baixo índice de frequência para este atributo.

A relação entre a variável sócio-ambiental 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 neste ramo acumulando lucro para aposentar um dia, sugere que exista uma elevada rotatividade de mão de obra neste setor. Esta constatação é corroborada por Wanke & Fleury (2006), que afirmam que o tempo médio de rotação de um empregado do setor é de menos de três anos (34 meses).

## 5. CONCLUSÕES

Este estudo se propôs a mapear o perfil empreendedor de motoristas do transporte rodoviário de cargas em três categorias de relacionamento profissional, coletando e analisando dados relacionados a oito atributos que fazem parte das características que compõem o perfil empreendedor.

Por meio da revisão bibliográfica apresentada, pôde-se perceber o quanto é complexo estudar o comportamento empreendedor, visto que existem variáveis que podem ser influenciadas por aspectos como: Fator tempo (Kenrick & Funder, 1988), Motivação (Bandura, 2011); Incerteza e complexidade (Hashimoto, 2010); Situações específicas de frustrações (Ayres *et. al.*, 2001); Habilidades pessoais (Longenecker *et al.*, 1997 e Debelak, 1999).

Outro aspecto que pode influenciar são as variáveis sócio-ambientais, onde nesta pesquisa puderam ser identificadas algumas diferenças, quanto aos índices de frequência das respostas para os aspectos estado civil e escolaridade, com variância maior para este último.

A análise das respostas considerando os três tipos de categoria de motoristas, funcionários, agregados e autônomos, mostrou variações nos índices de frequência das respostas para cada proposição. Motoristas autônomos mostraram forte tendência para os atributos “persistente” e “detecta oportunidades”, enquanto motoristas funcionários para “sociável” e motoristas agregados para “planejador”.

De certa forma, os resultados obtidos não representam grandes surpresas, face à literatura encontrada. A persistência e a detecção de oportunidades não são evidentes em motoristas agregados e funcionários, uma vez que a relação destes com seus empregadores é mais estável, ao passo que o motorista autônomo precisa procurar um novo cliente cada vez que um serviço é realizado.

Marcelo Jacober de Moraes; Marcos Hashimoto, Tiago Zanett Albertini e Jair Sbaraini

A sociabilidade, por outro lado, deveria estar mais presente em motoristas autônomos do que entre funcionários, uma vez que se supõe que a capacidade de realizar novos negócios neste setor deveria estar mais baseada nas relações pessoais do que em qualquer outro fator. Uma possível explicação pode estar na natureza destas relações. As questões utilizadas no instrumento não especificam diferenças entre relações puramente sociais das relações profissionais, com o intuito de gerar negócios.

Da mesma forma, pode-se considerar como esperável que a capacidade de planejar esteja mais presente entre agregados do que em funcionários uma vez que a gestão do principal recurso, o caminhão, depende exclusivamente do motorista, mais do que o funcionário, que não se responsabiliza pela gestão do recurso.

Em resumo, observam-se diferenças entre as categorias que fazem parte da amostra e também influências de aspectos sócio-ambientais e, além disso, uma tendência para uma maior frequência de respostas com índices mais elevados para a categoria de motoristas autônomos, o que sugere que esta categoria possui um perfil mais empreendedor do que as outras duas. Os resultados não são conclusivos uma vez que a análise descritiva não é recomendada para esta metodologia e sim um aprofundamento maior com o estabelecimento de análises de correlação entre múltiplas variáveis, o que pode ser uma sugestão para pesquisas futuras.

Como já mencionado, não se identificam estudos especificamente na linha de empreendedorismo para o segmento de transporte, por isso julga-se muito importante a continuidade da análise do perfil empreendedor de motoristas do segmento de transporte rodoviário de cargas. O presente estudo contribui com a compreensão do fenômeno cada vez mais crescente de indivíduos que adotam o caminho do empreendedorismo como meio de vida. Embora não estejam sendo consideradas as condições do ambiente e do contexto sócio-cultural-econômico, este estudo, na abordagem exclusiva do perfil empreendedor, corrobora com estudos anteriores que indicam que o perfil empreendedor pode influenciar a decisão de funcionários abandonarem seus empregos para se tornar empreendedores.

## 6. REFERÊNCIAS

- Anuário de Gestão de Frotas, Treinamento e Pós-Vendas.** São Paulo: OTM Editora, 2007. Ano 4, nº 4.
- ADISSI, M. S. **Executivo brasileiro: como os bastidores do poder decidem contratações e carreiras.** São Paulo, Makron, 1997.
- ARDICHVILI, A.; CARDOZO, R.; RAY S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. **Journal of Business Venturing** 18 (2003) 105–123.
- 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. Brasília, 2001, p. 64-83.
- BANDURA A. Social cognitive theory: An agentic perspective. **Annual Review of Psychology**, v.52, 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**, Fairfield, 2009,



Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: Uma visão de processo**. São Paulo, p.331-357, Thomson Learning, 2007.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. São Paulo, Bookman, 2009.
- BIRLEY, S.; e MUZYKA, D. F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial process. In W. D. Bygrave & A. Zacharakis (Eds.). **The portable MBA in entrepreneurship**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2004.
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; e CARLAND, J. A. C. "Who is an entrepreneur?" Is a question worth asking. **American Journal of Small Business**, 12(4), 33-39, 1988.
- 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.; e CRICK, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, 13(4), 295-316, 1998.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- CRONBACH, L; MEEHL, P. Construct validity in psychological tests. **Psychol Bull**, 52: 281-302, 1955.
- CUNHA, R. A. N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, PR, Brasil, 28, Setembro/2004.
- DEBELAK, D. **Lance seu produto no mercado**; tradução Roberto Galman; revisão técnica Luciano Sabóia. São Paulo: Makron Books, 1999.
- DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.
- DeNOBLE, A.; EHRLICH, S.; SINGH, G. Toward the development of a family business self-efficacy scale: A resource-based perspective. **Family Business Review**, 20(2), 127-140; 2007.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando idéias em negócios**. São Paulo: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- ERIKSON, T. Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage. **Journal of Business Venturing**, 17(3), p. 275-290, May 2002.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, 1999.
- FREUD, S. **Além do princípio do prazer**. In: Obras completas. Rio de Janeiro: Imago, vol. XVIII, 1920/1996.
- GATEWOOD, E. J.; SHAVER, K. G.; POWERS, J. B.; e GARTNER, W. B. Entrepreneurial expectancy, task effort and performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 27(2), 187-206, 2002.
- 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, Brasil, 28, Setembro/2004.
- HASHIMOTO, M. **Lições de Empreendedorismo**. São Paulo. Barueri: Manole, 1ª Ed. 2009.
- \_\_\_\_\_, M. **Espírito empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- HEDBERG G.; & LANGEDOEN S. Factor influencing the turnover of Swedish professional drivers. **Scand J. Work Enviromen Med**.1993; 17:326-33.



Marcelo Jacober de Moraes; Marcos Hashimoto, Tiago Zanett Albertini e Jair Sbaraini

- HINDLE, K.; e 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**, 40(2), 162-167, 2002.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2009, 7ª ed.
- KAUFMAN, L. **Passaporte para o ano 2000**. São Paulo: Makron Books, 1991.
- KENRICK, D.; FUNDER, D. Profiting from controversy: Lessons from the person-situation debate. **American Psychologist**, v. 43 (1), p. 23-34, 1988.
- LEITE, E. F. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. 3ª Edição. Recife: Bagáço, 2002.
- LOPES, G. S., Jr.; e SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, 11(6), 1-21, 2005.
- LONGENECKER, J. G. *et al.* **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo. Makron Books, 1997.
- MARKMAN, G. D.; BARON, R. A.; BALKIN, D. B. Beyond Social Capital: the Role of Entrepreneurs' Social Competence in their Financial Success. **Journal of Business Venturing** 18: 41 – 60; 2003
- MARKMAN, G. D.; BARON, R. A.; BALKIN, D. B. Are perseverance and self-efficacy costless? assessing entrepreneurs' regretful thinking. **Journal of Organizational Behavior**, 26(1), 1-1-19; 2005.
- McCLELLAND, D. C. **The Achieving Society**. Princeton: Van Nostrand, 1961.
- 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.
- NASSIF, V. M. J.; GHOBRI, A. N.; SILVA, N. S. Understanding the Entrepreneurial Process: a Dynamic Approach. BAR; **Brazilian Administration Review** [online], vol.7, n.2, pp. 213-226, 2010.
- PASQUALI, L. **Psicométrica: Teoria dos testes na psicologia e educação**. Petropolis, RJ: Vozes, 2003.
- 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**. São Paulo, v.17, n.4; 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v17n4/05.pdf>, Acesso em 21/03/2011
- PEREIRA, L. C. J.; NASSIF, V. M. J.; NEGRO, A. C. M.; BENTO, L.; PRAMIO, H. S., e ONO, L. Missão: formar empreendedores. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, PR, Brasil, 28, Setembro, 2004.
- PETERMAN, N. E.; e KENNEDY, J. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 28(2), 129-144, 2003.
- ROSA I. **Trajetórias de caminhoneiros nas estradas brasileiras**. Cad Pesq CDHIS 2006; 34(19): 84-93.
- SANTOS, M. M. **Transporte rodoviário de cargas no Brasil: transportadores e sindicalismo a partir dos anos 1990**. Dissertação de Mestrado. Instituto de Economia – Unicamp – Universidade Estadual de Campinas, 2007.
- 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**. Cascavel, p.119-135, 2006.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional, **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

Análise comparativa do perfil empreendedor entre motoristas autônomos e funcionários no transporte rodoviário de cargas

- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEBRAE. **Manual de implantação do projeto EMPRETEC**. Brasília: Ed. Sebrae, 1990.
- SEGAL, G.; BORGIA, D.; e SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, 11(1), 42-57, 2005.
- SEIBOLD, D. R. The impact of formal procedures on group processes, members and task outcomes. Thousand Oaks: Sage, 1999.
- 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. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Pós Graduação Faculdade de Saúde Pública USP-SP; São Paulo, 2011.
- SOUZA, E. C. L.; SOUZA, C. C. L.; ASSIS, S. A. G., e ZERBINI, T. Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. **Anais do encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, PR, Brasil, 28, Setembro/2004.
- WANG, C. K.; e WONG, P. K. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. **Technovation**, 24(2), 163-172, 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.