



*Para ser relevante.*

[www.fdc.org.br](http://www.fdc.org.br)



Programa de Pós-graduação em Gestão de Negócios

## PROJETO APLICATIVO 2021

ALEXANDRE KIELING  
INDIARATEIXEIRA  
LUCAS HOLDERLE  
MATEUS DAL POZZO  
PAULO HENRIQUE FONTES  
TAIS LORENZ

ALEXANDRE KIELING  
INDIARATEIXEIRA  
LUCAS HOLDERLE  
MATEUS DAL POZZO  
PAULO HENRIQUE FONTES  
TAIS LORENZ

**Geração Z ao volante**  
**Propostas e ações para atração de novos motoristas**  
**profissionais do transporte rodoviário de cargas**

Projeto apresentado à Fundação Dom Cabral como requisito parcial para a conclusão do Programa de Especialização em Gestão de Negócios.

Orientador: Professor Márcio Boaventura

Porto Alegre/RS

2022

Dedicamos o projeto Aplicativo às empresas que apoiaram os alunos na participação do curso, sendo essas: Avanti Logística, Azul Linhas Aéreas, Kodex Express, Prata Vera Transportes e Unidão Transportes. Em especial a Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul (FETRANSUL) e o Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST SENAT) pela parceria na realização do trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao orientador Márcio Boaventura, que esteve sempre disponível e dedicado para acompanhar e orientar o grupo.

À Fundação Dom Cabral, pela qualidade do corpo docente em transmitir o conhecimento com experiência e clareza durante todo o curso.

Ao professor Marcos Leão, pelas dicas relevantes e atenção com o projeto.

À Confederação Nacional do Transporte (CNT), Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST SENAT) e ao Instituto de Transporte e Logística (ITL), por serem pioneiros neste programa que oportuniza a especialização e amplia conhecimentos para os gestores do setor.

À Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul (FETRANSUL) por abraçar nosso projeto e estar auxiliando constantemente na prática e nos recursos financeiros, e em especial ao presidente Afrânio Rogério Kieling e ao diretor executivo, Gilberto da Costa Rodrigues.

À unidade do SEST SENAT de Porto Alegre/RS, em especial ao Diretor da unidade, Pedro Fabbrin, que esteve sempre à disposição, tanto para a aplicação da pesquisa com os alunos Jovem Aprendiz quanto para ideias do grupo em relação à proposta de solução apresentada.

Às Escolas Dr. Carlos Barbosa Gonçalves e Carlos Fagundes de Mello da cidade de Porto Alegre, por apoiarem na aplicação da pesquisa com os seus alunos.

Enfim, nosso agradecimento a todos que contribuíram de alguma forma no decorrer do curso e do Projeto Aplicativo.

## RESUMO

Apesar de outros modais ocuparem espaço no setor, o transporte rodoviário de cargas é fundamental e evoluiu com o passar dos anos, de uma carroça até um caminhão de alta tecnologia e ferramentas inovadoras. O perfil dos motoristas profissionais do transporte rodoviário de cargas foi se modificando ao longo dos anos, porém hoje o setor enfrenta o problema da falta de novos motoristas profissionais. Pesquisas mostram que o setor vive a escassez de mão de obra, pois mesmo com uma remuneração atrativa, existe pouca adesão pela profissão. Flexibilidade, agilidade e entrega porta-a-porta são alguns dos pontos positivos do modal. A tendência é que a tecnologia futuramente domine o setor. Já se comenta sobre veículos elétricos, sistemas e robôs que poderão substituir os motoristas por computadores, mas até lá é preciso estudar e entender a melhor forma de solucionar o problema da falta destes profissionais - que tem impactado as empresas de transporte. O tempo foi passando e a nova geração foi se interessando por outras profissões, não visualizando o motorista como uma profissão a ser seguida. Novos valores, prioridades, formas de pensar e agir foram distanciando os jovens da profissão. O objetivo deste projeto é traçar estratégias para atrair novos e futuros motoristas profissionais para o transporte rodoviário de cargas. Após a aplicação das pesquisas, foi possível entender a opinião e conhecimento dos jovens em relação à profissão. A maioria deles, mesmo não tendo conhecimento sobre as atividades do profissional, gostaria de ter a oportunidade de seguir a carreira e avalia como boa a atividade. Pensando nisso, foram traçadas ações, e algumas delas já estão sendo colocadas em prática com o intuito de oportunizar informação para os jovens, evidenciando os pontos positivos da profissão. Três pilares foram construídos com foco no Estado do Rio Grande do Sul, com a possibilidade de serem aplicados a nível nacional: revitalização da imagem do motorista profissional e a divulgação dos pontos positivos sobre a profissão com foco em mídias digitais; aliança com entidades sociais que visam à inserção de jovens no mercado de trabalho; e a conscientização vivencial dos jovens, ou seja, maior aproximação entre a nova geração e a realidade de ser motorista. Existem vários pontos a serem trabalhados para solucionar o problema, porém o grupo elencou ações que pudessem surtir efeito em curto, médio e longo prazo.

**Palavras-chave:** Motoristas. Transporte rodoviário de cargas. Novas gerações. Ações. Divulgação.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CENTRONOR	Centro de treinamento e qualificação de motoristas
CNH	Carteira Nacional de Habilitação
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CNT	Confederação Nacional do Transporte
COMJOVEM	Comissão de Jovens Empresários e Executivos
DETRAN	Departamento Estadual de Trânsito
EJA	Educação de Jovens e Adultos
FABET	Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte
FDR	Finanças, Direitos e Renda
FENABRAVE	Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores
FETRANSUL	Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MIT	Massachusetts Institute of Technology
PMS	Pesquisa Mensal de Serviços
SC	Santa Catarina
SEST SENAT	Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte
SP	São Paulo
US EPA	U.S Environmental Protection Agency

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Carroça utilizadas no transporte .....	16
Figura 2 - Faixa etária dos motoristas .....	18
Figura 3 - Escolaridade dos motoristas .....	19
Figura 4 - Modelo híbrido .....	27
Figura 5 - Detalhes sobre o perfil da Geração Z .....	35
Figura 6 – Frota circulante (em unidades).....	42
Figura 7 - Pesquisa CNI .....	45
Figura 8 - Gráfico de emissões de CNH.....	51
Figura 9 - Logomarca da Campanha.....	68
Figura 10 - Capa do Facebook.....	68
Figura 11 - Stories do Instagram .....	69
Figura 12 - Flyer e banner impresso de divulgação .....	69
Figura 13 - Template do site da FETRANSUL .....	70
Figura 14 - Formulário área Motorista .....	71
Figura 15 - Formulário área empresa.....	71
Figura 16 - Impulsionamento nas redes sociais .....	72
Figura 17 - Impulsionamento do vídeo nas redes sociais .....	73
Figura 18 - Instagram .....	74
Figura 19 - Foto externa da escola de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa.....	79
Figura 20 - Simulador do SEST SENAT.....	81
Figura 21 - Etapas.....	83

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Pesquisa CNT: atividades com maior carência no mercado .....	19
Gráfico 2 - Pesquisa CNT: dificuldades para contratação .....	20
Gráfico 3 - Pesquisa CNT: faixa salarial média dos motoristas de caminhão .....	21
Gráfico 4 - Evolução do volume de serviço .....	43
Gráfico 5 - Volume de serviço do transporte .....	44
Gráfico 6 - Condutores habilitados .....	50
Gráfico 7 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa .....	55
Gráfico 8 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT .....	55
Gráfico 9 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA .....	56
Gráfico 10 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa .....	56
Gráfico 11 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT .....	57
Gráfico 12 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA .....	57
Gráfico 13 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa .....	58
Gráfico 14 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT .....	58
Gráfico 15 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA .....	59
Gráfico 16 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa .....	60
Gráfico 17 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT .....	60
Gráfico 18 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA .....	61
Gráfico 19 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa .....	62



Gráfico 20 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT .....	62
Gráfico 21 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA .....	63

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resumo das características das gerações.....	30
Quadro 2 - Características da geração Z .....	32
Quadro 3 - Comparativo da pesquisa quantitativa com os três grupos de amostragem .....	53
Quadro 4 - Comparativo da descrição das idades em relação aos respondentes dos três grupos de amostragem.....	54
Quadro 5 - Resumo das ações.....	67
Quadro 6 - Resumo das ações.....	77
Quadro 7 - Resumo das ações.....	78
Quadro 8 - Projeto.....	82
Quadro 9 - Ações que podem contribuir para custeio de habilitação técnica para profissão de motorista .....	84
Quadro 10 - Pilar 1 – Revitalização da imagem do motorista profissional .....	86
Quadro 11 - Pilar 2 – Aliança com entidades sociais .....	87
Quadro 12 - Conscientização vivencial dos jovens .....	88
Quadro 13 - Resumo do Custeio total do projeto Aplicativo .....	88

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>RESUMO EXECUTIVO</b> .....	12
<b>2</b>	<b>BASES CONCEITUAIS</b> .....	15
2.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS .....	15
2.1.1	<b>História do transporte</b> .....	15
2.1.2	<b>A evolução do transporte rodoviário</b> .....	16
2.1.3	<b>O transporte rodoviário de cargas na contemporaneidade</b> .....	17
2.2	O PERFIL DOS MOTORISTAS PROFISSIONAIS DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS .....	17
2.3	O CONCEITO DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS.....	21
2.4	INOVAÇÃO NO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS.....	23
2.4.1	<b>Tecnologia nos veículos do transporte rodoviário de cargas, em especial nos caminhões</b> .....	23
2.4.2	<b>Sem motorista</b> .....	23
2.4.3	<b>Estradas conectadas</b> .....	24
2.4.4	<b>Impacto socioeconômico</b> .....	25
2.4.5	<b>Tecnologia transformando o transporte rodoviário de cargas</b> .....	25
2.5	O PERFIL E TENDÊNCIAS DAS NOVAS GERAÇÕES .....	28
2.5.1	<b>Influências que atraem as novas gerações a escolher a profissão</b> .	33
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....	37
3.1	MÉTODO.....	37
3.2	SUJEITOS.....	38
3.3	COLETA DE DADOS .....	39
3.4	PROBLEMA .....	39
3.5	OBJETIVOS .....	39
3.5.1	<b>Objetivo geral</b> .....	39
3.5.2	<b>Objetivos específicos</b> .....	40
3.6	ANÁLISE DOS DADOS.....	40
<b>4</b>	<b>LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE INFORMAÇÃO</b> .....	41
4.1	ANÁLISE DO SETOR DE TRANSPORTES.....	41
4.2	BENCHMARKING .....	45
4.2.1	<b>Cursos oferecidos a motorista e a captação destes clientes</b> .....	46

4.2.1.1	Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte .....	46
4.3	COMUNICAÇÃO .....	48
4.4	DIMINUIÇÃO PELA OBTENÇÃO DA CARTEIRA DE HABILITAÇÃO NACIONAL PARA CONDUÇÃO DE CAMINHÃO .....	49
4.4.1	<b>Fatores que influenciam a falta de interesse pela obtenção da primeira habilitação .....</b>	<b>50</b>
4.5	PESQUISA .....	51
4.5.1	<b>Observações gerais da pesquisa.....</b>	<b>63</b>
5	<b>DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO .....</b>	<b>65</b>
5.1	VIABILIDADE DO DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA DE ATRAÇÃO DE NOVOS MOTORISTAS PROFISSIONAIS .....	65
5.2	PILAR 1 - FORTALECIMENTO DA IMAGEM DO MOTORISTA PROFISSIONAL E A DIVULGAÇÃO DOS PONTOS POSITIVOS SOBRE A PROFISSÃO NA CAPTAÇÃO DE NOVOS MOTORISTAS .....	66
5.3	PILAR 2 – ALIANÇA COM ENTIDADES SOCIAIS .....	75
5.4	PILAR 3 – CONSCIENTIZAÇÃO VIVENCIAL DOS JOVENS.....	78
5.5	ABSORÇÃO DE DEMANDA E POSSIBILIDADES DE CUSTEIO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA.....	81
5.6	POSSIBILIDADES DE CUSTEIO DA CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO.....	83
5.7	CUSTEIO E RISCOS .....	85
6	<b>CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>89</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>91</b>
	<b>ANEXO A - Roteiro da entrevista com o presidente da Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul - FETRANSUL, Afrânio Rogério Kieling.....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXO B - Questionário da pesquisa .....</b>	<b>97</b>

## 1 RESUMO EXECUTIVO

A história demonstra que a população mundial cresce de forma contínua. Este fator implica diretamente no volume de produção industrial e agrícola, com mais bens e mais alimentos a serem produzidos e distribuídos para a população.

O transporte de carga está diretamente ligado a todas as cadeias produtivas imagináveis, seja no transporte de insumos, matérias primas, processos de industrialização, até a entrega nos pontos de vendas - e a cada dia mais, a entrega direta ao consumidor final. Neste contexto, é evidente que o aumento do volume de cargas a ser transportada cresce proporcionalmente, exigindo cada vez mais equipamentos e mão de obra.

Em paralelo a essas transformações, a indústria automotora de veículos pesados tem investido agressivamente em melhorias tecnológicas, itens de conforto, segurança e em inteligência artificial para controle de toda dinâmica motora, a fim de tornar o transporte destas cargas cada vez mais eficiente. Também em termos de infraestrutura, que é um grande problema hoje em nosso país, é possível em algumas regiões perceber os avanços e melhorias realizadas ao longo de estradas e estruturas de parada. É claro que ainda há muita deficiência a ser pleiteada e sanada, mas vemos movimentos do Transporte Rodoviário de Cargas em busca de avanços.

Como mencionado no início deste texto, o transporte de cargas é uma atividade bastante ampla, com entrada e oportunidades em vários segmentos (alimentício, construção civil, agronegócio, químico, petroquímico, internacional, têxtil, metalúrgico), o que acaba por ofertar a um motorista profissional múltiplas oportunidades, tanto de emprego, como de crescimento na carreira. As oportunidades variam de acordo com porte da organização, tipo de veículo e ainda natureza da atividade, a exemplo do transporte internacional, transporte de produtos perigosos, transporte de cargas extra pesadas, entre outros.

Segundo a publicação da CNT (2022), através do estudo Radar CNT do Transporte, o transporte se destaca como importante setor para a recuperação econômica do país. O desempenho em 2021, em comparação a 2020, se reflete com saldo positivo em emprego, volume de serviços e atividades econômicas.

O volume de serviços de transporte apresentou recuperação na comparação com 2020, conforme demonstra a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Na variação acumulada em 2021, o

transporte cresceu 15,1%, percentual acima dos 10,9% dos serviços em geral (CNT, 2022).

Temos então um setor próspero, abundante de emprego, com promessa de carreira, em constante evolução tecnológica e com muitos cursos gratuitos de especialização e aprimoramento ministrados por entidades como o Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST SENAT), além de escolas de motoristas dentro das próprias empresas privadas. Essas já estão abertas e de fato vêm desenvolvendo trabalhos de formação de novos motoristas, haja vista a escassez deste profissional que o mercado apresenta.

Há algumas características que podemos elencar sobre o trabalho no setor de transporte: o setor é próspero, afinal é uma atividade essencial; é abundante de emprego, basta olhar as inúmeras vagas em aberto para motoristas; com promessa de carreira, já que a linha de crescimento remuneratório é bastante extensa de acordo com a área de atuação ou tipo de equipamento; apresenta constante evolução tecnológica, com caminhões produzidos atualmente com alto grau de conectividade. A inquietação do setor é por que não temos mais interessados na escolha da atividade de motorista como profissão?

Uma possível explicação para tal inquietação é que, historicamente, a sociedade reconhece esta profissão como defasada, penosa e não valorizada, quando na verdade, a profissão oferece uma trajetória de crescimento e oportunidades a estes profissionais.

Mesmo com uma gama de aspectos positivos (supracitados), o principal problema do transporte rodoviário de cargas é a falta de motoristas profissionais. Com base nesse contexto, o objetivo deste projeto é apresentar para empresas e instituições caminhos para aumentar o fluxo de captação de aspirantes à profissão e descobrir quais são as ações mais assertivas para isso.

Segundo a última pesquisa feita pela CNT (2019), “Pesquisa CNT - Perfil dos caminhoneiros 2019”, realizada com 1.066 motoristas em várias regiões do país, a faixa etária média dos motoristas entrevistados é de 44,8 anos e apenas 8,9% dos entrevistados possuem menos de 29 anos. Este dado é o reflexo do problema que o setor está vivenciando, pois demonstra que as novas gerações estão cada vez menos inseridas na profissão.

O projeto identificará ações e práticas que possam ser desenvolvidas e que motivem, valorizem e estimulem a escolha pela profissão de motorista, seja de jovens

iniciantes até adultos maduros que optem por migrar de carreira na busca de melhores oportunidades.

O trabalho irá apresentar o estudo de vários pontos que podem estar refletindo direta e indiretamente na falta de mão de obra destes profissionais. Com base neste estudo, o projeto irá apresentar soluções pontuais para a atração a curto, médio e longo prazo destes profissionais para o setor.

## 2 BASES CONCEITUAIS

Neste capítulo, faremos um apanhado histórico acerca do transporte rodoviário de cargas, contextualizando sua importância social. Abordaremos a atual situação do setor, apontando os avanços tecnológicos. Também discorreremos sobre o perfil dos motoristas profissionais do transporte de carga e as tendências das novas gerações.

### 2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

#### 2.1.1 História do transporte

Transporte e logística estão no nosso dia a dia, seja nas tarefas domésticas ou nas profissionais, desde uma compra de mercado para abastecimento de uma residência ou ainda a manutenção de uma área administrativa de um escritório. Essa atividade essencial na vida de todos nós começou a se tornar algo mais sério na segunda guerra mundial, em uma data conhecida historicamente como dia D, que foi em 06 de junho 1944.

Naquela ocasião, em meio à segunda guerra mundial, as tropas do Reino Unido, Estados Unidos, França e Canadá se organizaram para um ataque conjunto às tropas alemãs pelo norte do litoral francês, onde a operação militar teve sucesso com base na estratégia de logística organizada pelas tropas militares, responsáveis pelo início da retomada da região que já havia sido conquistada pelas forças nazistas. O dia D, como ficou conhecido, foi estrategicamente pensado para um ataque conjunto das tropas de diferentes países com um mesmo objetivo, que era a retomada das regiões conquistadas pelos nazistas, em que o desembarque das tropas ocorreu pela Normandia, onde os diversos soldados de nacionalidades distintas se encontraram em prol de um objetivo comum.

Vejamos abaixo um trecho da matéria destacada pelo jornal britânico BBC News Brasil (2019, *online*), onde faz referência à data que teve um marco histórico para a logística:



Com mais de um ano de planejamento, o Dia D foi originalmente programado para começar em 5 de junho - que inicialmente foi considerada uma data em que seria possível combinar mar calmo, lua cheia e maré baixa ao amanhecer. No entanto, tempestades levaram a operação a ser adiada em 24 horas.

Dia D é um termo militar para se referir ao primeiro dia de uma operação.

A partir dessa retomada histórica, percebe-se que o transporte e a logística estão presentes não somente em nossas atividades diárias, mas também nas principais datas históricas da civilização.

### 2.1.2 A evolução do transporte rodoviário

Inicialmente, no período de colonização, o transporte era feito principalmente no modal marítimo, onde havia um grande fluxo na costa brasileira e com o continente europeu. A chamada última milha (trecho terrestre) era realizada principalmente por animais no modal que hoje é o rodoviário.

A partir disso iniciaram-se os transportes com carroças e veículos de carga, que foram cada vez mais sendo aperfeiçoados com o surgimento de estradas e avanço das tecnologias, como, por exemplo, a revolução industrial e o início dos veículos a combustão.

Além do transporte através de animais, iniciou-se o transporte ferroviário, impulsionado pela extração de minério, conectando um ponto a outro, exatamente como ocorre atualmente. Vejamos abaixo a ilustração de uma das primeiras carroças utilizadas no transporte:

**Figura 1 - Carroça utilizadas no transporte**



Fonte: SOUZA, 2020, *online*.

O principal avanço do transporte de cargas ocorreu através da utilização de rodas em carroças, o que possibilitou um volume e peso extremamente maior que que era utilizado até então com apenas humanos e animais, segundo o site Porto Gente (SOUZA, 2020).

### **2.1.3 O transporte rodoviário de cargas na contemporaneidade**

O transporte rodoviário de cargas na atualidade evolui a cada dia, sendo impulsionado por diversas tecnologias, conforme veremos a seguir, desde tecnologias voltadas para performance, economia de combustíveis e pneus, segurança, dentre vários outros indicadores.

Atualmente os caminhões mais modernos são tão equipados com diversos recursos de última geração pelas principais montadoras mundiais, que podem ser comparados com aeronaves de menor complexidade. Para conduzir veículos com tanta tecnologia, cada vez mais o mercado exige profissionais que não tenham somente qualificação e responsabilidade para exercer essa profissão, mas também conhecimento de toda tecnologia fornecida e embarcadas nos veículos atuais.

Existe um plano de carreiras com diversas etapas a serem cumpridas e com uma remuneração atraente no mercado para que a profissão do motorista profissional de transporte rodoviário de cargas seja exercida com competência e segurança.

## **2.2 O PERFIL DOS MOTORISTAS PROFISSIONAIS DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS**

Segundo o Projeto aplicativo “Análise do interesse ou desinteresse dos jovens das novas gerações em exercer a função de motorista profissional” encontrado no repositório do ITL (MEZACASA *et al.*, 2020), apesar de a profissão de motorista ser praticada há dezenas de anos, apenas em 2012 é que ela foi descrita em lei no Brasil. Foi a Lei n.º 12.619/2012 que trouxe as regulamentações para a profissão, como período de descanso intrajornada e condições legais para o seu exercício (JUSBRASIL, 1943). O legislador também cuidou de trazer, formalmente, os deveres dos motoristas:

Art. 235-B. São deveres do motorista profissional:

I - estar atento às condições de segurança do veículo;

II - conduzir o veículo com perícia, prudência, zelo e com observância aos princípios de direção defensiva;

III - respeitar a legislação de trânsito e, em especial, as normas relativas ao tempo de direção e de descanso;

IV - zelar pela carga transportada e pelo veículo;

V - colocar-se à disposição dos órgãos públicos de fiscalização na via pública;

VI - (VETADO);

VII - submeter-se a teste e a programa de controle de uso de droga e de bebida alcoólica, instituído pelo empregador, com ampla ciência do empregado. (JUSBRASIL, 1943, *online*).

Atualmente no Brasil, no setor do transporte rodoviário de cargas, existem três formas de atuação para a função motorista, sendo elas: o motorista funcionário, o motorista agregado e o motorista autônomo. Os motoristas funcionários são os que possuem vínculo empregatício direto com as empresas que os contratam, já os motoristas agregados são os proprietários de veículo de transporte e que trabalham de forma exclusiva para uma empresa de transporte rodoviário de cargas. Por fim, os motoristas autônomos são aqueles que possuem veículo próprio, trabalham para várias empresas e são contratados diretamente do mercado para viagens isoladas, de forma individualizada.

Segundo dados de pesquisa realizada pela CNT (2019), 33% dos caminhoneiros hoje no Brasil são motoristas funcionários e 67% são autônomos. A faixa etária dos motoristas está dividida conforme gráfico abaixo:

**Figura 2 - Faixa etária dos motoristas**

Faixa etária	Tipo de caminhoneiro		Total de caminhoneiros
	Autônomos	Empregado de Frota	
Até 29 anos	7,6	11,6	8,9
30 a 39 anos	21,4	37,3	26,6
40 a 49 anos	29,6	29,5	29,6
50 a 59 anos	25,2	14,5	21,7
60 anos ou mais	16,2	7,1	13,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: CNT, 2019, *online*

O sexo dos motoristas é majoritariamente masculino, sendo 99,5% da categoria. O grau de escolaridade é 95,5% com até 2º grau completo, sendo destes, mais de 50% sem a conclusão do 1º grau completo.

**Figura 3 - Escolaridade dos motoristas**

Escolaridade	Tipo de caminhoneiro		Total de caminhoneiros
	Autônomos	Empregado de Frota	
Sem instrução (não alfabetizado)	0,6	-	0,4
Sem instrução (alfabetizado)	0,8	-	0,6
1ª a 4ª séries Ensino Fundamental - incompleto 1º Grau Primário	10,2	5,4	8,6
1ª a 4ª séries Ensino Fundamental - completo 1º Grau Primário	10,9	5,1	9,0
5ª a 8ª séries Ensino Fundamental - incompleto 1º Grau Ginásio	19,9	21,9	20,5
5ª a 8ª séries Ensino Fundamental - completo 1º Grau Ginásio	17,9	17,6	17,8
1ª a 3ª séries Ensino Médio - incompleto 2º Grau Colegial	6,7	12,5	8,6
1ª a 3ª séries Ensino Médio - completo 2º Grau Colegial	27,7	34,4	29,9
Superior (incompleto)	2,7	1,7	2,3
Superior (completo)	2,5	1,4	2,2
Pós graduação (completa)	0,1	-	0,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: CNT, 2019, *online*

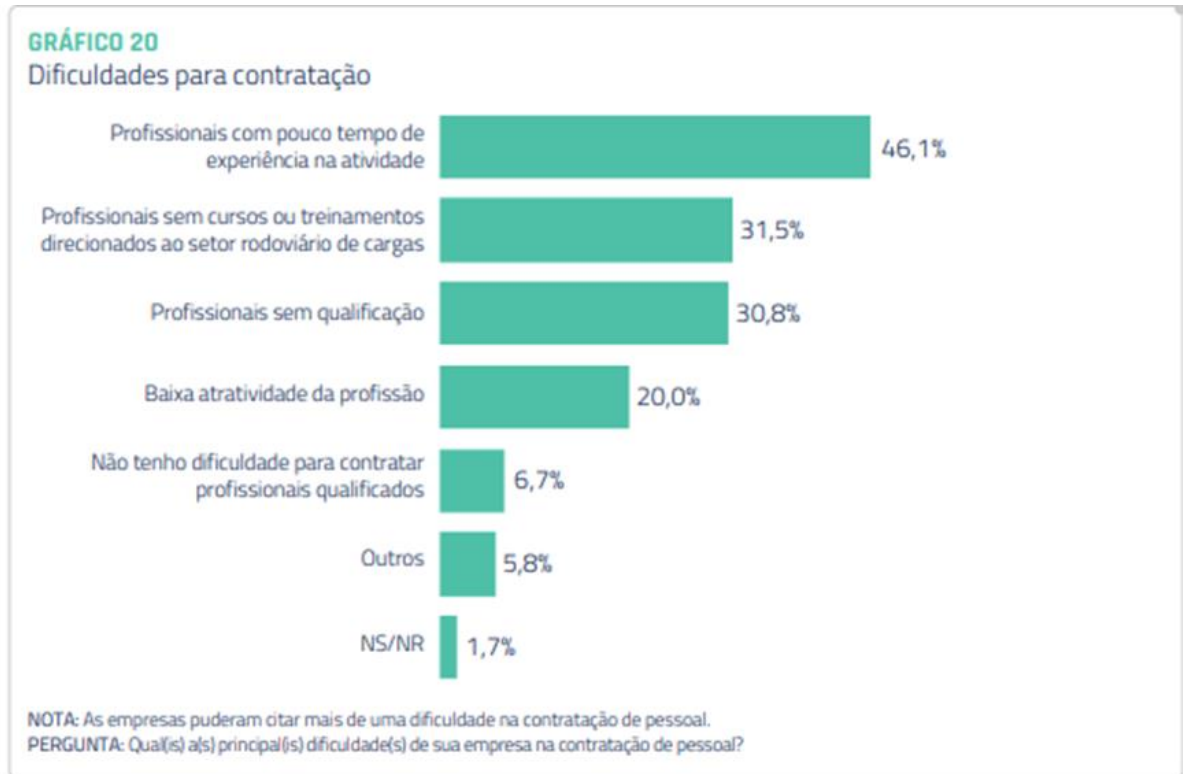
O setor vive hoje uma escassez de mão de obra. Segundo dados da Pesquisa da CNT | SEST SENAT (2021), 65% das empresas apontam a função de motorista como a sua maior carência de mão de obra.

**Gráfico 1 - Pesquisa CNT: atividades com maior carência no mercado**

Fonte: CNT, 2019, *online*

Os principais motivos apresentados pelas empresas para a dificuldade na contratação de mão de obra, mesma pesquisa, são:

**Gráfico 2 - Pesquisa CNT: dificuldades para contratação**

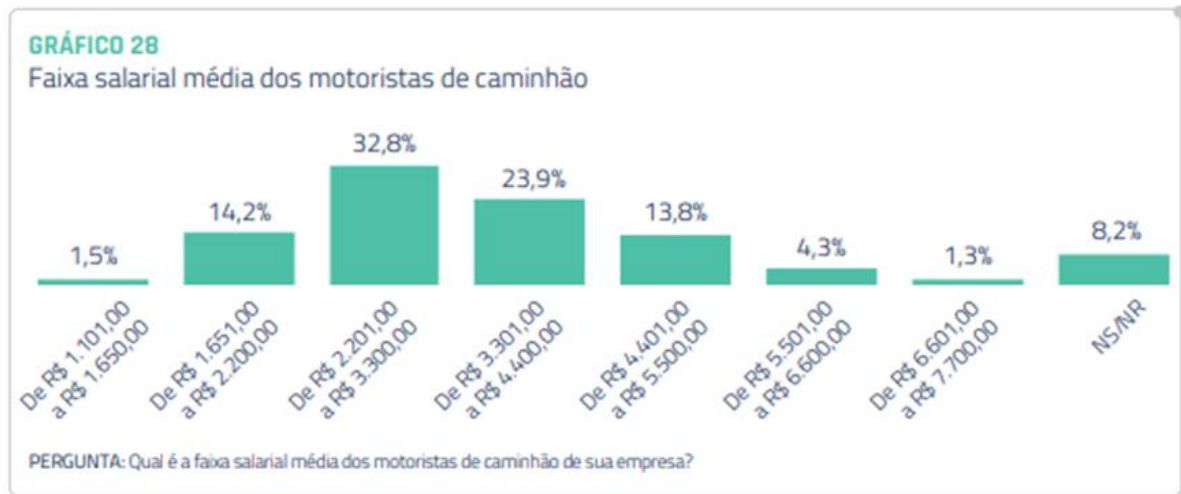


Fonte: CNT, 2019, *online*

Segundo a CNT (2019), tal fato decorre, em grande parte, do elevado nível de responsabilidade e requisitos exigidos para se exercer as atividades do setor. A exemplo disso, para se tornar um caminhoneiro profissional, é preciso cumprir o processo de habilitação, apresentar exames toxicológicos regularmente e realizar treinamentos e certificações rotineiras.

A remuneração média, sem incluir outros benefícios não incorporados ao salário, dos motoristas do transporte rodoviário de cargas, segundo a pesquisa de da CNT | SEST SENAT (2021), está entre R\$ 2.201 e R\$ 4.400, com mais de 50% dos profissionais inclusos nesta faixa. Em 2021, de acordo com dados da pesquisa realizada pela consultoria Kantar (ALMEIDA, 2022), o salário líquido médio do Brasileiro está em R\$ 1.149. Ou seja, em média a remuneração dos motoristas de cargas é de duas a quatro vezes maiores do que a média das outras profissões.

**Gráfico 3 - Pesquisa CNT: faixa salarial média dos motoristas de caminhão**



Fonte: CNT, 2019, *online*

### 2.3 O CONCEITO DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

De acordo com Carvalho (2002), é função da logística planejar, executar, coordenar e controlar a movimentação e o armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, materiais semiacabados e produtos acabados desde sua origem até o local de consumo, com o propósito de atender às exigências do cliente final.

Inserido dentro deste conceito, o transporte rodoviário de cargas é o realizado por veículos automotores por via terrestre e que tem como o intuito movimentar bens e mercadorias de um ponto ao outro. Essa é a forma mais utilizada para a movimentação de cargas no Brasil, que de acordo com os dados da pesquisa CNT | SEST SENAT (2021), o transporte rodoviário é responsável por 64,7% de todas as cargas movimentadas no país, e, se considerando as cargas containerizáveis, a parcela chega a mais de 90% de participação. Em países com extensão territorial semelhante, somente Austrália, México e China utilizam rodovias e caminhões para movimentar a metade ou mais das cargas totais transportadas. Nos Estados Unidos e no Canadá, por exemplo, a participação é de 36% e 43% respectivamente.

Segundo dados da pesquisa CNT | SEST SENAT (2021), atualmente operam no Brasil 266 mil empresas de transporte de cargas, 847 mil transportadores autônomos de cargas e 519 cooperativas de transporte rodoviário de cargas. Isso representa uma frota de 2,5 milhões de veículos. Estes dados demonstram que o mercado atualmente é representado pela alta competitividade e facilidade de acesso

a novos integrantes, visto que, se comparado aos demais modais, apresenta baixa regulamentação, ainda que existam trâmites burocráticos quanto a cadastros, registros, licenças e autorizações.

As principais vantagens desse modal são a flexibilidade de tráfego e a agilidade no transporte, devido à pulverização da malha viária e à grande diversidade nos tipos de equipamentos ofertados. A facilidade de contratação e gerenciamento, se comparado aos demais modais, também é uma vantagem. Além dessas, podem ser citadas também:

- embalagens mais simples, mais leves e mais baratas, como consequência do menor manuseio a que estão sujeitas as mercadorias;
- Maior rapidez, pela eliminação de pontos intermediários de desembarque e reembarque;
- Tarifas competitivas em relação às cobradas pelos demais modais para cargas pequenas e/ ou distâncias curtas;
- Serviço mais personalizado, tanto para quem recebe como para quem envia a mercadoria.

O transporte rodoviário de cargas também está presente na intermodalidade junto aos demais tipos de transportes não rodoviários, como elemento alimentador de cargas, os setores ferroviário e aquaviário, por exemplo, e na etapa final da última milha, como a entrega da mercadoria ou consumidor final.

As principais desvantagens deste modal de transporte são o seu maior custo operacional (R\$/ton movimentado) para as longas distâncias, a menor capacidade de carga movimentada por veículo empregado e um maior índice de avarias e acidentes envolvidos com carga e operadores, do início até o fim do processo.

Neste cenário apresentado, segundo Dias (2018, *online*):

[...] do ponto de vista econômico, o mais vantajoso seria transferir a carga de longa distância para ferrovias, ou para o modal marítimo, assim como para as hidrovias, deixando o caminhão para as viagens curtas e para a interligação de carga e descarga entre esses modais.

## 2.4 INOVAÇÃO NO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

### 2.4.1 Tecnologia nos veículos do transporte rodoviário de cargas, em especial nos caminhões

Tecnologias avançadas como *IoT*, *edge computing*, inteligência artificial, 5G e *LiDAR* estão pavimentando um novo futuro para o setor de transporte rodoviário de carga mundial. Um cenário promissor, com impactos positivos na economia, na vida das pessoas e no meio ambiente.

A transformação do segmento acontece dentro e fora dos veículos. A bordo, sistemas operacionais utilizam radares, imagens de câmeras, GPS, conectividade 5G e leitores ópticos para feixes de luz (*LiDAR*) que auxiliam a traçar rotas, tomar decisões e garantir a segurança da carga e dos demais automóveis, ônibus e outros caminhões que estejam compartilhando o mesmo trajeto.

Do lado de fora, as estradas estão se tornando mais inteligentes, com infraestruturas digitais apoiadas em ecossistemas de *IoT* e *edge computing*, câmeras de monitoramento potencializadas com inteligência artificial e *machine learning*, fornecendo uma série de dados que permitem viagens mais rápidas, com redução de consumo de combustível e maior eficiência da malha viária. Uma combinação essencial para se conseguir atender ao aumento da demanda por transporte de carga do pós-pandemia e da economia digital, gerar uma requalificação de empregos e colaborar com a redução das emissões de carbono do setor.

### 2.4.2 Sem motorista

A substituição da mão de obra do motorista, já é uma realidade. Startups estão se especializando e investindo na tecnologia para veículos autônomos.

A empresa TuSimple é um exemplo em modernizar caminhões com pacotes tecnológicos *self-driving*. O sistema analisa os dados e imagens em tempo real, produzidos por câmeras inteligentes.

De acordo com site Green4t (2022), “a tecnologia permite que o computador interno avalie a rota programada, analise variáveis como congestionamentos e instabilidades meteorológicas, visualize o que acontece na estrada cerca de mil metros à frente do seu ponto atual e tome decisões 15 vezes mais rápido do que um



cérebro humano. Estes caminhões são equipados também com uma plataforma de conectividade própria e não dependem do wifi da estrada para se manterem ativos”.

Segundo informações do site Green4t (2022), a startup que está atuando desde 2015, pretende começar a fabricar os seus próprios veículos a partir de 2024. Até dezembro do ano passado, ela já contava com quase 7 mil encomendas.

A tecnologia apresenta pontos positivos e consideráveis, analisando o contexto geral do transporte. De acordo com os dados apresentados no site Green4t (2022), o investimento da tecnologia mencionada acima, é de aproximadamente US\$ 500 mil por caminhão. Considerando o salário anual de um motorista profissional de carreta, que nos EUA tem uma média de US\$ 45 mil, o investimento é favorável. Outra vantagem do novo modelo: o caminhão autônomo realiza uma viagem costa-a-costa em dois dias, parando apenas para abastecimento. No modo tradicional, o trajeto costuma demorar o dobro.

### **2.4.3 Estradas conectadas**

Para que a tecnologia seja eficaz na prática, é necessário investimento na infraestrutura rodoviária. De acordo com informações do site Green4t (2022), rodovias nos EUA já estão sendo equipadas com sensores inteligentes e recursos de processamento local dos dados (*edge*) para orientar os veículos e dar mais eficiência ao tráfego local. Medidas como a aproximação controlada eletronicamente entre os diferentes modais de transporte por rodovias. Colocando-os uns mais próximos dos outros a uma velocidade constante e com total segurança, podem elevar em até 50% a capacidade de uso de cada faixa da estrada.

Outros dispositivos instalados, seja em vias recém-construídas ou modernizadas, passam a monitorar a conservação das estruturas, emitindo alertas e indicando manutenções preventivas a serem feitas. Sensores inteligentes também geram informações sobre temperatura, condições do clima, qualidade do ar ao longo da via, uma enorme quantidade de dados que precisam ser coletados, analisados e processados. Antes mesmo de saírem do papel, as *smart roads* já utilizam o *big data* para determinar o caráter técnico e funcional da obra. É possível diagnosticar previamente quais as necessidades do tráfego a serem atendidas pela estrada, os materiais que deverão ser utilizados, o planejamento das etapas, a definição de prazos e iniciar a pré-fabricação das estruturas. A adoção destes passos pode

representar uma economia de cerca de 30% sobre os custos totais, (GREEN4T, 2022).

Tecnologias como *digital twins* e simuladores 3D têm ajudado, por exemplo, a reinterpretar a largura das faixas de rolamento para veículos pesados. Estas ficarão mais estreitas. Segundo orientação da Comissão Europeia, passarão de 3,75m – medida calculada levando-se em conta a probabilidade de erro humano dos condutores – para 2,5m, voltadas exclusivamente aos caminhões autônomos. Outras propostas ainda mais inovadoras começam a surgir na esteira do interesse no desenvolvimento deste novo modal. Isso inclui um novo tipo de asfalto que gera energia elétrica conforme a fricção dos pneus sobre a pista, (GREEN4T, 2022).

#### **2.4.4 Impacto socioeconômico**

Com a implantação tecnológica avançada, o setor contribui para gerar mudanças importantes nas organizações como um todo. Dessa forma o modal se transforma e vai ficando cada vez mais rápido e eficiente. Porém, o grande impacto direto nas empresas, é no custo.

De acordo com o site Green4t (2022), a explicação dos pesquisadores é que o arrasto aerodinâmico dos veículos diminui sensivelmente quando reunidos em pelotão, resultando em economia de até 20% de combustível.

O professor do MIT, Sertac Karaman, afirma que a lógica é a mesma de outros sistemas, como a dos pássaros que voam em formação V ou ciclistas que andam enfileirados nas provas de longa duração. Ou seja: viajando dessa forma em comboio, vai diminuir o arrasto do vento onde permite uma economia de combustível e ainda o torna menos poluente. Obtendo melhores resultados financeiros e mais sustentável, (GREEN4T, 2022).

Sendo assim, no modelo do MIT, as viagens em comboio necessitam de caminhões com alta tecnologia (autônomos) para alcançar o resultado esperado com segurança. Isso porque, no cálculo dos pesquisadores, somente com veículos orientados por alta tecnologia é possível garantir a condição ideal do deslocamento: distância de 3 a 4 metros entre as carretas e velocidade de 96 km/h por toda a jornada.

### 2.4.5 Tecnologia transformando o transporte rodoviário de cargas

A chegada da tecnologia ao segmento do transporte rodoviário de cargas tem grandes impactos sociais e ambientais. Do ponto de vista social, pode-se especular que a substituição dos motoristas por computadores vá gerar uma perda inicial de empregos. No entanto, a falta de mão de obra é um grande problema do setor na contemporaneidade – e a tecnologia poderia justamente suprir essa lacuna.

Conforme site Green4t (2022), nos Estados Unidos, o déficit de motoristas de caminhão para grandes distâncias saltou de 10 mil em 2017 para quase 61 mil no ano seguinte. Este número de vagas livres para caminhoneiros no país, segundo o mesmo site, pode chegar a 100 mil nos próximos cinco anos. A Europa também sofre com o problema da falta de motoristas (GREEN4T, 2022). Em locais mais atingidos (como a Polônia e a Romênia), crescem os investimentos na substituição dos veículos tradicionais por modelos sem motorista. No Brasil o mesmo problema se repete – esse tópico será melhor detalhado no capítulo 4.4.

Buscando a solução para a deficiência de mão de obra, algumas empresas já desenvolvem modelos híbridos de atuação – condução humana e autônoma no mesmo trajeto. Um exemplo é a *Embark Trucks Inc.*, com sede em San Francisco, Califórnia (EUA). Na proposta da companhia, motoristas humanos seriam responsáveis pelo trecho inicial da viagem e pela fase de conclusão. Todo o percurso dentro deste intervalo seria realizado por veículos orientados por *software*. Ao utilizar condutores humanos apenas nos trechos mais curtos, que exigem maior perícia, a empresa acredita valorizar os profissionais, inclusive no aspecto financeiro.

Figura 4 - Modelo híbrido



Fonte: GREEN4T, 2022, *online*

Com o olhar nas questões ambientais, a tecnologia no setor busca diminuir os impactos tanto em saúde pública quanto em sustentabilidade. As transformações são propostas a partir da criação de estradas inteligentes e de veículos auto-conduzidos.

A poluição expelida pela frota mundial de caminhões de carga é considerada uma das mais importantes fontes de emissão de “black carbono”. A emissão de poluentes atmosféricos pode causar problemas respiratórios e também consequências ambientais.

Segundo o site Green4t (2022, *online*):

Em um espectro amplo, os meios de transporte representam cerca de 16,2% das emissões globais de gases do efeito estufa, segundo dados da ong *Our World in Data*, utilizados como base de análise pelo Banco Mundial. Deste total, 11,9% têm origem no transporte rodoviário, seja ele de passageiros ou de carga, em uma proporção de 60%-40%, respectivamente. Descarbonizar o segmento e tornar mais eficiente as suas operações significariam uma redução importante na quantidade de gases poluentes despejadas anualmente no meio ambiente.

Enquanto se constrói a viabilidade para eletrificação dos veículos de carga em larga escala, a tecnologia dos caminhões inteligentes na logística tem demonstrado ser a melhor estratégia para diminuir as emissões de gases do efeito estufa.

Ainda segundo o mesmo site,

[...] para alcançar um cenário de neutralidade total de carbono em 2050, conforme pretendido pelas nações na última COP26, o setor de transporte

em geral precisa reduzir anualmente 20% de suas emissões até 2030. Em quantidade, significa despencar de 7,2 GtCO<sub>2</sub> registrados em 2020 para 5,7 GtCO<sub>2</sub> em 2030. Um desafio gigantesco que só poderá ser vencido com a ampla adoção da tecnologia (GREEN4T, 2022, *online*).

A tecnologia dos caminhões e máquinas deve ser acompanhada por avanços e investimentos também por parte do poder público. Para que os caminhões autoconduzidos circulem, rodovias inteligentes são uma exigência. A implantação de tecnologias de inteligência artificial nos sistemas de estradas ajudarão a qualificar o gerenciamento de tráfego, a proteger motoristas, passageiros e pedestres.

## 2.5 O PERFIL E TENDÊNCIAS DAS NOVAS GERAÇÕES

No mundo atual, estudar e compreender sobre as novas gerações se tornou fundamental para o desenvolvimento das organizações, que convivem com até quatro gerações no ambiente de trabalho. Existem muitos estudos que apresentam características como hábitos, prioridades pessoais e profissionais. O problema sobre a “falta de mão de obra de motoristas profissionais no transporte rodoviário de cargas” pode estar ligado ao perfil das novas gerações, e no decorrer do trabalho serão apresentados dados e estatísticas sobre a falta de novos entrantes na profissão.

Bauman (2011, p. 58) explica que

[...] nenhum ser humano é exatamente igual a outro, mas é possível notar que, em determinadas categorias de seres humanos, algumas características ou atributos tendem a aparecer com maior frequência que em outras. Esses traços característicos permitem que se fale, em primeiro lugar, em “categorias”, sejam elas nações, classes, gêneros ou gerações.

Os estudos sobre o tema possuem um pouco de distorção referente aos anos de nascimento e período de cada uma das gerações. Conforme o quadro a seguir, elaborada por Colet e Mozzato (2019), no qual são mencionados os autores Smola e Sutton (2002) e Veloso, Silva e Dutra (2011), os grupos são denominados da seguinte forma: *baby boomer* (nascidos entre 1946 e 1964), geração X (nascidos entre 1965 e 1980), geração Y (nascidos entre 1980 e 1994), geração Z (nascidos em meados da década de 1990), de acordo com Tapscott (2009), Ceretta e Froemming (2011), Santos e Lisboa (2013). Ainda há a geração Alpha, o nome dado para quem nasceu desde 2010, e ainda vai nascer até 2025, sucedendo a geração Z, sendo composta, em sua maior parte, por filhos dos *millennials* (1981-1996). Em 2025, haverá cerca 2,5

bilhões deles no mundo, o que fará da alpha a maior geração da história, segundo Carbinatto (2022).

O quadro a seguir apresenta o resumo das principais características do perfil de cada uma das gerações, com referências bibliográficas de diversos autores:

**Quadro 1 - Resumo das características das gerações**

Gerações	Principais características	Base teórica
<p>Baby Boomers (1940/46 e 1960/64)</p>	<p>Valorizam a segurança no trabalho; Dedicados e leais às empresas; Motivados, otimistas e workaholics; Não são adeptos a tecnologias; Tomadores de decisões maduras; Valorizam padrão de vida estável; Autoritários; Valorizam status e ascensão profissional na empresa; Tradicionalistas; Resistentes às mudanças</p>	<p>Smola e Sutton (2002) Cennamo e Gardner (2008) Veloso, Dutra e Nakata (2008) Benson Brown (2011) Veloso, Silva e Dutra (2011) Gardiner, Grace e King (2013)</p>
<p>Geração X (1960/65 e 1970/77)</p>	<p>Individualistas; Menos leais à empresa; Valorizam o equilíbrio entre vida pessoal e profissional; Consumistas; Buscam desafios os e recompensas; Geração TV; Lealdade às suas habilidades em vez de seus empregadores; Protetores da família; Tecnologia presente desde a adolescência; Dedicados, conservadores, criativos, materialistas, otimistas e autoconfiantes; Defendem ambiente de trabalho mais informal e hierarquia menos rigorosa.</p>	<p>Smola e Sutton (2002) Veloso, Dutra e Nakata (2008) Cennamo e Gardner (2008) Masibigiri e Nienaber (2011) Veloso, Silva e Dutra (2011) Santos et al. (2011) Veloso, Silva e Dutra (2011) Cavazotte, Lemos e Viana (2012)</p>

<p>Geração Y (1978/80 e 1990/97)</p>	<p>Tecnologia presente desde a infância; Desejam status e autonomia no trabalho; Habilidade com tecnologias; Multitarefa; Individualistas; Almejam flexibilidade e prazer no trabalho, dinamismo, qualidade de vida, reconhecimento, feedback e relacionamento interpessoal; Valorizam trabalhar em empresas socialmente responsáveis e com um bom ambiente de trabalho; Buscam ascensão rápida na empresa; Gostam de desafios e inovação; Apresentam relutância em obedecer à hierarquia organizacional; Apresentam níveis mais baixos de comprometimento.</p>	<p>Smola e Sutton (2002) Cennamo e Gardner (2008) Veloso, Dutra e Nakata (2008) Nogueira, Lemos e Cavazotte (2011) Santos et al. (2011) Veloso, Silva e Dutra (2011) Cavazotte, Lemos e Viana (2012) Oliveira e Honório (2014)</p>
<p>Geração Z a partir de 1990</p>	<p>Multitarefa; Individualistas; Tecnologia e internet desde a infância; Habilidade com tecnologias; Gostam de desafios e inovação; Anseiam por rápida ascensão de carreira; Estimam desafios, autonomia, flexibilidade, qualidade de vida; Valorizam trabalhar em empresas socialmente responsáveis e com um bom ambiente de trabalho; Almejam horários flexíveis e roupas informais.</p>	<p>Tapscott (2009) Ceretta e Fromming (2011) Souza (2011) Palfrey e Gasser (2011) Santos e Lisboa (2013)</p>



Diante das informações expostas no quadro acima, fica clara a diferença entre as gerações e o reflexo disso na sociedade e no meio profissional. A escolha pela profissão faz parte das características de cada uma das gerações.

Segundo a matéria divulgada pela Catho Comunicação (2022), a Revelo realizou um levantamento que indicou a Geração Z como a maioria dos profissionais ativos no mercado nacional, sendo 35% dos trabalhadores. Em relação à área de atuação, 36% declararam ser desenvolvedores, carreira que mais contrata nessa geração. Logo abaixo a descrição detalhada sobre a geração Z.

A chamada “geração Z” é a definição dada para pessoas que nasceram entre 1995 e 2010, ou seja, pessoas que hoje estão saindo da faculdade e ingressando no mercado de trabalho. Existem inúmeros estudos sobre o que esses jovens estão buscando para suas carreiras profissionais e aquilo que julgam importante. Essa geração tem como característica marcante a objetividade, otimizando tarefas e tonando-se assim mais produtivos, além de estarem mais conectados com a tecnologia, uma vez que a inovação faz parte do crescimento dessa geração.

No quadro abaixo alguns tópicos de uma pesquisa feita no Brasil pelas consultorias McKinsey e Box1824, especializadas em gestão e tendências de jovens, que foi divulgada pela revista exame, com o objetivo de entender o comportamento da “Geração Z”:

**Quadro 2 - Características da geração Z**

<b>Pragmáticos</b>	A “Geração Z” é realista, buscando de forma prática a estabilidade financeira, com foco no pensamento lógico, mas também observando aspectos emocionais.
<b>Indefinidos</b>	Essa geração não liga para definições de gênero, idade, sexo, classe, etc.
<b>Comunicativos</b>	Existe grande exposição dos medos, fragilidades, intimidades, sem medo de julgamentos, os jovens dessa geração são autênticos e espontâneos, atuando de forma transparente.
<b>Comuna Holics</b>	A “Geração Z” é muito inclusiva, sendo amplamente conectada com a diversidade e transitando em diversos grupos, sem preconceito com ideologias ou correntes de pensamento.
<b>Meme Thinkers</b>	São a geração dos “memes e emojis”, assim como das “figurinhas do whatsapp”, que são muito utilizadas para comunicação.

A “geração Z” apesar de jovem e com muitas características marcantes, já traz muitas tendências de mercado e muda as relações de consumo. Como exemplo disso, temos a rápida ascensão das empresas que trabalham por assinatura substituindo a posse de fitas de vídeo e CDs, como é o caso da Netflix e Spotify, onde o conceito é baseado e “usar” substituindo o “ter”.

O grande diferencial da “geração Z” no mercado de trabalho está na forma de se relacionar com a tecnologia, uma vez que essa geração já nasceu num mundo totalmente tecnológico, atuando de forma ágil e facilmente adaptados às mudanças.

Ademais, com a pandemia do covid-19 vivida em 2020, as características marcantes da “geração Z” foram ainda mais acentuadas, além de outras tendências que o mundo foi conduzido a se adaptar por tantas mudanças e necessidades que as dificuldades da pandemia geraram. Uma das grandes mudanças no mercado de trabalho foi a adaptação do home office, algo que para os jovens dessa geração foi muito mais simples do que para gerações mais antigas.

### **2.5.1 Influências que atraem as novas gerações a escolher a profissão**

Soares (1987, p. 13) destaca que

[...] escolher o que se quer ser no futuro implica reconhecer o que fomos, as influências sofridas na infância, os fatos mais marcantes em nossa vida até o momento e a definição de um estilo de vida pois o trabalho escolhido vai possibilitar ou não realizar essas expectativas.

O critério de escolha da carreira vem mudando devido à transformação da sociedade e a evolução tecnológica. Este processo envolve análises pessoais e sociais, visto que o trabalho exerce um papel importante na vida do indivíduo, sendo considerado muito além de uma fonte de renda, e sim de bem-estar e realizações. “Há um crescente número de profissionais pertencentes à geração Y que, de certa forma, exigem que sua carreira esteja integrada a seu estilo de vida, o que inclui não apenas conciliar a vida pessoal e profissional, mas sobretudo encontrar um modo de integrar as necessidades do indivíduo, da sua família e seu trabalho, priorizando a flexibilidade em detrimento de outras questões”, segundo Gonçalves (2022), no site Gente Globo.

Percebe-se que são vários os fatores que interferem nesta decisão. O presente estudo buscou identificar junto aos jovens suas opiniões em relação à carreira do motorista profissional. O resultado surpreendeu em alguns pontos, mas também confirmou algumas suspeitas. De uma forma geral a maioria não tem conhecimento

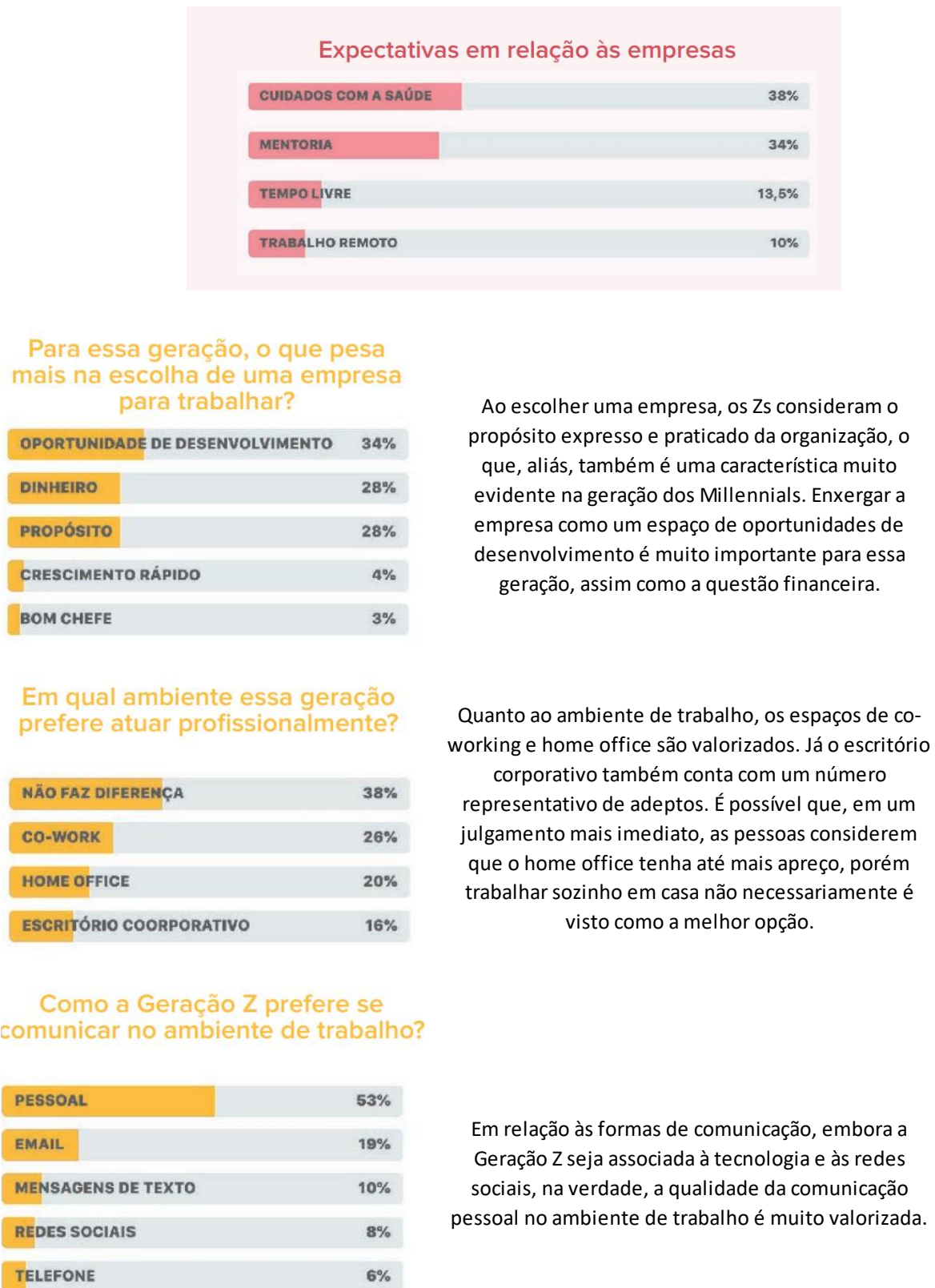
do que englobam as atividades de um motorista do transporte rodoviário de cargas, mas por outro lado gostariam de participar de uma futura oportunidade de trabalho para ser motorista.

A nova geração está conectada com a tecnologia, novas profissões surgiram e outras foram perdendo espaço e atratividade entre os jovens. De acordo com Tecchio (2021), no site CNN Brasil, salários “personalizados”, jornadas flexíveis (e mais longas) e uma alta rotatividade no quadro de funcionários é o cenário que a recém-formada geração Z vai encontrar no mercado de trabalho de agora em diante.

Segundo Maissen (2021), no site Hora da Facul, as profissões mais procuradas entre os jovens na geração Z são: designer de jogos; desenvolvedor de software; empreendedor; gestor de mídias sociais; profissional de marketing digital; profissional de tecnologia da informação; arquiteto; engenheiro ambiental; web Designer e artista de efeitos visuais.

Um estudo aprofundado sobre a geração Z, divulgado no site Gente Globosat, apresenta fatores profissionais da geração. Em relação ao porte da organização, a maioria dos Zs deseja trabalhar em médias e grandes empresas, pois representam mais possibilidades de satisfazer demandas por formação e mentoria, além de estabilidade. Almejam atuar em empresas que possuam um propósito claro (“purpose-driven”) e que lhes possibilitem se conectarem de alguma forma e devolverem algo para a sociedade.

Figura 5 - Detalhes sobre o perfil da Geração Z



Fonte: GONÇALVES, 2022, *online*

As informações mencionadas acima, resumem um pouco sobre o perfil da Geração Z no ambiente profissional. Suas preferências, hábitos, forma de se comunicar, entre outras características, estão diretamente ligadas a geração que fazem parte, segundo o estudo realizado neste capítulo.

### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente capítulo expõe os métodos e técnicas utilizadas para a realização da pesquisa de campo apresentada neste projeto, sujeitos utilizados, a problemática a ser estudada, objetivos a serem alcançados, bem como o instrumento para coleta e análise dos dados mencionados.

#### 3.1 MÉTODO

Para este estudo foi utilizado o método de pesquisa qualitativa através da técnica de entrevista e quantitativa por aplicação de questionários, ambas necessárias para identificar pontos a serem trabalhados no desenvolvimento da proposta de solução.

As pesquisas quantitativas e qualitativas possuem características diferentes uma da outra. As qualitativas são mais exploratórias, estimulam os entrevistados a pensarem livremente. Já as pesquisas quantitativas são utilizadas para identificar opiniões.

A pesquisa qualitativa é conceituada por Malhotra (2006, p. 66) como “uma metodologia de pesquisa exploratória e não-estruturada que se baseia em pequenas amostras com o objetivo de prover percepções e compreensão do problema”. Para Goldenberg (2009, p. 63), “a pesquisa qualitativa é útil para identificar conceitos e variáveis relevantes de situações que podem ser estruturadas quantitativamente”.

Primeiramente foi utilizada uma pesquisa qualitativa, através da entrevista em profundidade com o representante de uma das entidades do setor de transportes no Rio Grande do Sul, com o objetivo de entender a real problemática em relação à falta de mão de obra de motoristas profissionais do transporte rodoviário de cargas. Para Malhotra (2006, p. 166), “a principal utilidade das entrevistas em profundidade é proporcionar à pesquisa exploratória maiores compreensão e entendimento a respeito do problema”. Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas.

Após a coleta de informações baseada na pesquisa qualitativa, foi utilizado o método de pesquisa quantitativa com pessoas entre 12 e 57 anos, a fim de identificar suas opiniões sobre a profissão de motorista do transporte rodoviário de cargas. A

pesquisa quantitativa, de acordo com Malhotra (2006, p. 155), significa uma “metodologia de pesquisa que procura quantificar os dados e, geralmente, aplica alguma forma de análise estatística”.

Foram aplicados 250 questionários estruturados entre os jovens. De acordo com Novelli (2006, p. 172), “o questionário pode ser composto de perguntas abertas ou fechadas. O que diferencia esses dois tipos é a forma com que o entrevistado irá responder à questão”.

### 3.2 SUJEITOS

Primeiramente foi feito o contato, em outubro de 2021 com o presidente da FETRANSUL, Afrânio Rogério Kieling com o objetivo de compreender a realidade do setor de transportes com a falta de mão de obra de motoristas profissionais. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística (DUARTE; BARROS, 2006, p. 62).

Após a análise das informações levantadas na entrevista realizada com o presidente da federação, foi elaborada uma pesquisa quantitativa com os alunos da Escola Estadual Dr. Carlos Barbosa Gonçalves e com a Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello, das turmas de Educação de Jovens e Adultos (EJA), ambas localizadas no bairro Navegantes e com alunos do SEST SENAT da turma de Jovem Aprendiz, localizado no bairro Humaitá, sendo que todos os sujeitos são moradores da cidade de Porto Alegre.

Foi definido o critério de anonimato do respondente, utilizando apenas a idade e sexo, de modo que a identificação não apresentaria informação de relevância nos resultados da pesquisa.

A amostra foi dividida: no total de 250 questionários, 52 foram aplicados com alunos da escola Dr. Carlos Barbosa Gonçalves, 49 com a Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA e 149 com alunos da turma de Jovem Aprendiz do SEST SENAT. O objetivo era de identificar a diferença entre as respostas, sendo que o questionário aplicado foi o mesmo para os públicos.

### 3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada de duas formas: através da aplicação de entrevista em profundidade e questionário estruturado (ANEXO A), com 04 perguntas fechadas e 01 semiaberta (ANEXO B), com possibilidade de inserção de outra resposta. Todas as perguntas foram elaboradas com foco no objetivo e na problemática do estudo apresentado neste projeto, conforme detalhado no capítulo 4.3.

### 3.4 PROBLEMA

Os empresários do setor de transportes e membros do grupo que realizaram o presente trabalho colocaram em pauta o problema sobre a falta de mão de obra de motoristas profissionais do transporte rodoviário de cargas. Com base nesta hipótese, foi realizada uma entrevista com o presidente da FETRANSUL, Afrânio Rogério Kieling, uma das entidades que representam o setor do Estado do Rio Grande do Sul. Através do diálogo e perguntas realizadas ao presidente, foi possível entender a gravidade do problema sobre a falta de mão de obra destes profissionais.

A partir disso, o estudo foi focado em identificar a opinião dos jovens sobre a profissão, bem como os motivos que levariam os mesmos à escolha de ser motorista. Com base no resultado, foi possível identificar as estratégias e ações para o desenvolvimento e proposta de solução deste projeto.

Partiu-se da premissa de que “pesquisa é a identificação, coleta, análise e disseminação de informações de forma sistemática e objetiva e seu uso visa a melhorar as tomadas de decisão relacionadas à identificação e solução de problemas (e oportunidades)” (MALHOTRA, 2001, p. 45).

### 3.5 OBJETIVOS

#### **3.5.1 Objetivo geral**

Propor estratégias e ações que possam contribuir para atração de novos motoristas profissionais, em especial as novas gerações.



### 3.5.2 Objetivos específicos

- Analisar o interesse e desinteresse de jovens em relação a profissão do motorista de transporte rodoviário de cargas;
- Verificar a opinião dos jovens em relação a profissão;
- Propor estratégias e ações para a atração de novos motoristas profissionais.

### 3.6 ANÁLISE DOS DADOS

Segundo Godoy (1995, p. 58), a análise de dados “preocupa-se com a medição objetiva e a quantificação dos resultados. Busca a precisão, evitando distorções na etapa de análise e interpretação dos dados, garantindo assim uma margem de segurança em relação às inferências obtidas”.

A análise da pesquisa quantitativa foi realizada através do programa de software Excel, que possibilitou a apresentação em gráficos e percentuais de forma clara e resumida.

Para Gil (1999, p. 168), a

[...] análise de dados tem como objetivo organizar e resumir os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos.

Os comparativos e resultados foram demonstrados através de uma tabela resumida e gráficos em percentuais, detalhando o perfil de amostragem para cada público de respondentes que será apresentado do capítulo 4.3.

## 4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE INFORMAÇÃO

### 4.1 ANÁLISE DO SETOR DE TRANSPORTES

O setor de transporte está passando por um momento muito delicado, com altos custos de insumos e com pouca procura nas vagas de empregos de motoristas. Essa dificuldade vem sendo enfrentada há anos, mas hoje a concorrência com outros setores elevou o número de vagas em aberto em nosso país para conduzir um veículo de carga.

Outros setores, como a construção civil, acabam atraindo a mão de obra, por ser um setor que paga um valor elevado, sem exigir que o funcionário fique longe de sua moradia, e sem precisar ter um estudo mínimo para executar as tarefas.

No setor de transporte, a dificuldade de contratação de mão de obra já é uma realidade. Os profissionais que trabalham na área estão envelhecendo e não está ocorrendo uma renovação com entrada de novos profissionais no mercado.

Com o avanço das tecnologias embarcadas nos veículos, muitos profissionais estão desatualizados e se sentem despreparados para operar esses novos veículos, pois faz-se necessária a utilização de computadores de bordo, telemetria e demais softwares e equipamentos.

Com base nos dados fornecidos pelo Sindipeças, a frota circulante do País vem apresentando um crescimento constante nos últimos anos. Mesmo com os impactos ocorridos nos anos de 2020 e 2021 onde o percentual de variação do aumento ficou um pouco mais tímido, a realidade de crescimento manteve-se no cenário de caminhões, o qual é o foco deste projeto.

**Figura 6 - Frota circulante (em unidades)**

Segmento	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variação Anual (%)	
											20/19	21/20
Automóveis	30.898.766	32.992.248	34.712.948	35.621.014	35.996.611	36.430.823	37.098.282	37.970.401	38.149.197	38.235.585	0,5%	0,2%
Comerciais Leves	4.199.866	4.522.584	4.853.583	4.996.122	5.072.404	5.173.023	5.333.843	5.523.823	5.649.895	5.849.943	2,3%	3,5%
Caminhões	1.761.280	1.863.787	1.947.888	1.965.220	1.962.036	1.961.068	1.983.149	2.028.633	2.052.000	2.110.811	1,2%	2,9%
Ônibus	357.090	376.329	389.445	391.867	389.331	386.231	386.417	390.968	388.946	385.573	-0,5%	-0,9%
<b>Total Autoveículos</b>	<b>37.217.002</b>	<b>39.754.948</b>	<b>41.903.864</b>	<b>42.974.223</b>	<b>43.420.382</b>	<b>43.951.145</b>	<b>44.801.691</b>	<b>45.913.825</b>	<b>46.240.038</b>	<b>46.581.912</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,7%</b>
Motocicletas	12.318.092	12.904.611	13.350.842	13.593.202	13.529.204	13.286.420	13.121.015	13.099.707	12.877.610	12.870.983	-1,7%	-0,1%
<b>Autoveículos + Motos</b>	<b>49.535.094</b>	<b>52.659.559</b>	<b>55.254.706</b>	<b>56.567.425</b>	<b>56.949.586</b>	<b>57.237.565</b>	<b>57.922.706</b>	<b>59.013.532</b>	<b>59.117.648</b>	<b>59.452.895</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>

Nota: 1. As frotas foram ajustadas conforme as informações agregadas de emplacamentos provenientes do Denatran.

Fonte: SINDIPEÇAS E ABIPEÇAS, 2022, *online*

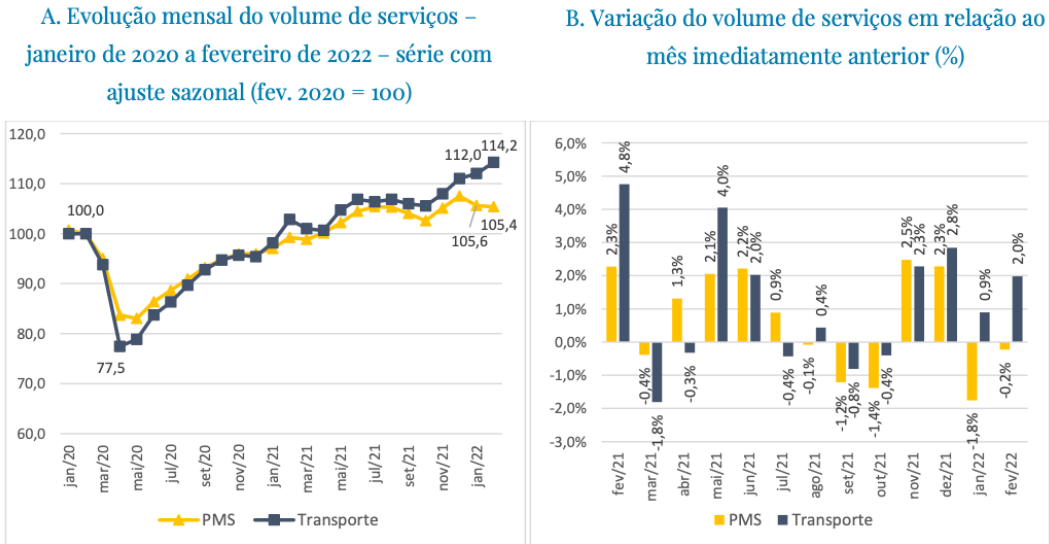
O objetivo de trazer esses dados ao trabalho é ter a percepção de que o mercado está em uma crescente, após o ciclo pandêmico, que fez com que muitos componentes de fabricação ficassem escassos no mercado. Por outro lado, a preocupação com a mão de obra se torna cada vez mais saliente ao empresário do setor.

Com base na pesquisa da CNT (2022), realizada juntamente com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 12 de abril de 2022, mostrou que o transporte continua em uma tendência de crescimento, sendo a quarta divulgação em que o setor ultrapassa o mês imediatamente anterior conforme dados dos gráficos abaixo. O desempenho do transporte tem superado o índice geral desde janeiro de 2021, e mantido trajetória de crescimento em 2022, mesmo com queda do volume geral neste ano.

Considerando a variação mensal, o volume de serviços do transporte apresentou aumento de 2,0% em fevereiro e a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) geral, queda de 0,2%. No acumulado do ano em relação ao mesmo período do ano anterior, o transporte cresceu 14,5% e o índice geral, 8,4%.

## Gráfico 4 - Evolução do volume de serviço

### Gráfico 1 – Volume de serviços (PMS e transporte)



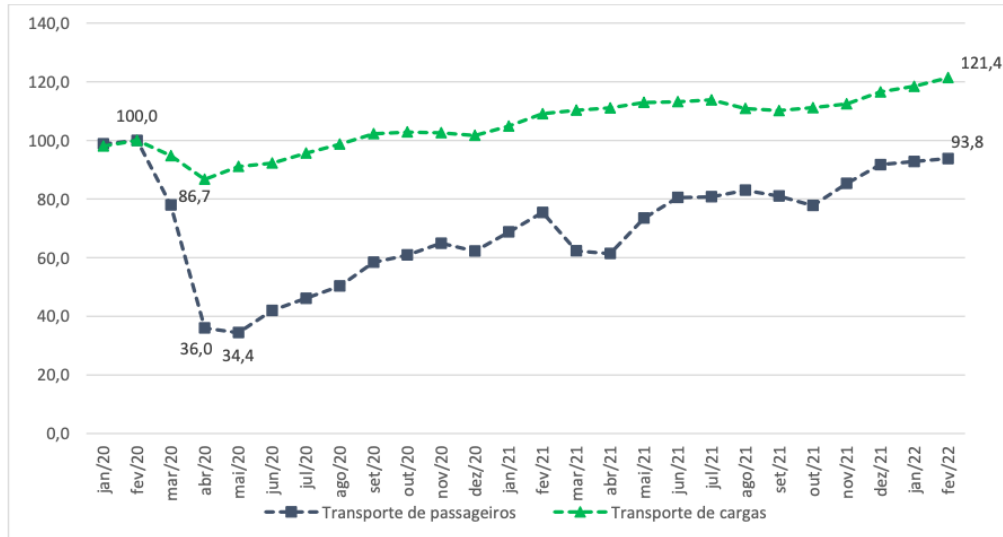
Fonte: Elaboração CNT, com dados da PMS (IBGE).

Fonte: NTU, 2022, *online*

De maneira geral, o volume de serviços dos segmentos do transporte se recuperou dos efeitos da pandemia da covid-19, estando em níveis superiores aos verificados no período pré-pandemia. O destaque positivo é o transporte aquaviário, pouco afetado pelas restrições na mobilidade, que fechou fevereiro com o volume de serviços 23,1% acima do período imediatamente anterior ao início da crise sanitária (fevereiro de 2020). O transporte terrestre e a armazenagem, serviços auxiliares e correio também têm superado o seu volume de serviços do período anterior ao agravamento das medidas de isolamento social, estando 14,2% e 15,7% maiores, respectivamente. Por outro lado, o segmento com maior dificuldade é o aéreo, que sofreu de maneira mais intensa as consequências da diminuição na movimentação das pessoas. O modal conseguiu superar pela primeira vez o desempenho de fevereiro de 2020 no mês passado (janeiro de 2022), mas registrou queda logo em seguida e retraiu-se 3,5% em relação ao nível verificado antes da pandemia.

## Gráfico 5 - Volume de serviço do transporte

Gráfico 3 – Volume de serviços por tipo (transporte de passageiros e transporte de cargas) (fev. 2020 = 100)



Fonte: Elaboração CNT, com dados da PMS (IBGE).

Fonte: NTU, 2022, *online*

Tendo em vista que a venda de veículos terá um crescimento e que o volume de cargas também, novamente voltamos à nossa pergunta principal, “e a mão de obra, onde encontrar?”.

Segundo o site da FDR (ALVES, 2022, *online*),

[...] entre 2018 e 2020 o Brasil perdeu 625.000 pessoas que foram morar no exterior para trabalhar. Porém, esse número pode ser muito maior hoje já que é baseado nas projeções das embaixadas Brasil mundo afora. Além disso, há os brasileiros que moram no exterior de forma irregular.

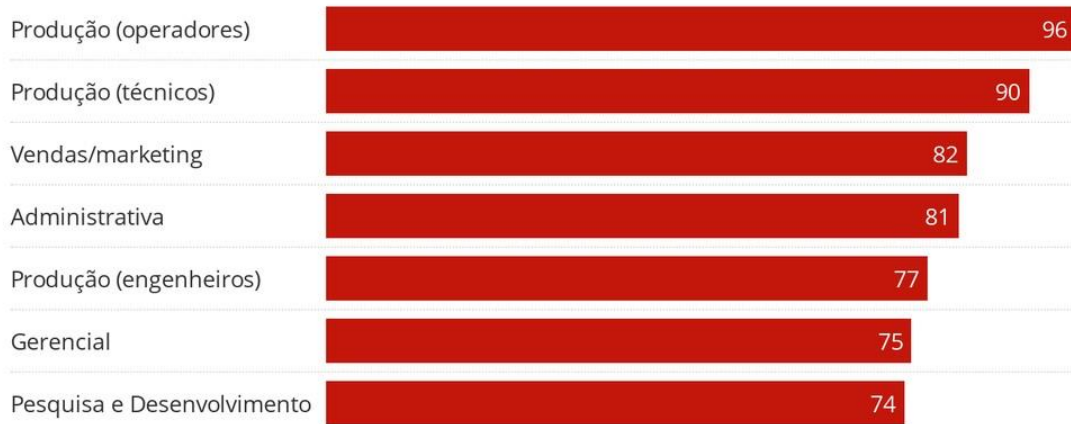
Esses dados da Finanças, Direitos e Renda (FDR), uma plataforma voltada a assuntos de finanças e economia popular, nos traz uma nova realidade para o País, pois temos diversos setores que estão demandando de mão de obra qualificada. A necessidade de suprir a demanda de produção faz com que se absorva qualquer mão de obra, e se tenha um grande número de rotatividade nas empresas (ALVES, 2022).

Com base nos gráficos abaixo, percebemos a necessidade de profissionais em diversas áreas de nosso país, com base na pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

**Figura 7 - Pesquisa CNI**

## Áreas mais afetadas

Quase a totalidade das empresas reporta dificuldade para conseguir operadores; em %



Fonte: CNI

Fonte: GERBELLI, 2020, *online*

## 4.2 BENCHMARKING

O benchmarking é uma técnica utilizada para melhorar os processos empresariais, e pode trazer um retorno rápido à organização. Camp (1989) ressalta a principal razão para utilização desta ferramenta, que é aprender como melhorar os processos empresariais e aumentar a competitividade de forma ágil.

Para Watson (1994), observar o sucesso de outras empresas garante confiança na empresa que faz o benchmarking no sentido de que se pode conseguir um desempenho semelhante ou melhorado pela implementação de aperfeiçoamentos relacionados ao processo.

Diversas entidades e organizações têm estruturado, desenvolvido e aplicado cursos de capacitação para profissionais do TRC, inclusive, capacitações específicas para o motorista profissional. Neste ínterim, é possível pensar que, para terem suas vagas preenchidas, estas instituições necessitam captar interessados em cursar os programas desenvolvidos. Nosso interesse na aplicação desta ferramenta é avaliar como essa captação tem sido feita.

## 4.2.1 Cursos oferecidos a motorista e a captação destes clientes

### 4.2.1.1 Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SEST SENAT)

O SEST é o Serviço Social do Transporte e o SENAT é o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte. Eles foram criados em 14 de setembro de 1993, pela Lei Nº 8.706 e possuem atualmente mais de 150 unidades espalhadas pelo Brasil.

São instituições voltadas para a valorização e qualificação dos transportadores autônomos e trabalhadores como um todo do setor de transporte. Focando na profissão de motoristas, sobre a qual discorre este trabalho. Podemos destacar o curso “Escola de motoristas profissionais” (SEST SENAT, 2022), que visa aumentar a empregabilidade e aumentar a qualidade dos serviços prestados através de capacitação de condutores da categoria D e E com aulas teóricas e práticas.

Os cursos ofertados para motoristas do setor de cargas estão alinhados com as exigências do mercado e são oferecidos de forma gratuita, embora priorizando as empresas contribuintes do setor.

Conforme e-mail do Coordenador de Desenvolvimento Profissional do SENAT, da unidade A 05 de Porto Alegre, Luis Marcelo Mendes, datado de 06 de maio de 2022 às 14 horas e 35 minutos as modalidades utilizadas para divulgação dos cursos de capacitação voltados para os motoristas são:

- 1) Portal do Cliente do SEST SENAT;
  - a) Site: <https://portaldocliente.sestsenat.org.br/#/autenticacao/login>
- 2) Redes Sociais do SEST SENAT;
  - a) Facebook: <https://www.facebook.com/sestsenatportoalegre>
  - b) Instagram: [@sestsenatpoa](https://www.instagram.com/sestsenatpoa)
- 3) Contato com os RHs das Empresas;
- 4) Visitação para publicização do SEST SENAT nas empresas/locais públicos com a VAN do SEST SENAT;
- 5) Contato via telefone; e-mail e WhatsApp;
- 6) Mural da Unidade Operacional;
- 7) Demanda espontânea (trabalhador do setor de transporte procura a Unidade Operacional).

A Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte (FABET), instituição pioneira no Brasil com o projeto de qualificação para motoristas e localizada nas regiões de Santa Catarina (SC) e São Paulo (SP), oferece cursos e programas que visam alcançar um novo perfil profissional aos empregados do segmento, alinhados às exigências do mercado e às estratégias das empresas (FABET, 2022). Os programas são desenvolvidos tanto nas sedes da instituição quanto nas próprias empresas, de forma personalizada e adequada a cada organização. Diversas são as capacitações oferecidas. No quesito de formação de novos condutores, oferta-se o Programa Caminhão Escola, que é voltado para novos condutores na categoria e que não possuem experiência na profissão.

Através de ligação telefônica para instituição, recebemos o número de whatsapp da Maiara, como responsável por nos informar sobre as fontes de divulgação utilizada, e a mesma nos retornou dizendo que possuem um setor comercial e de marketing que cuidam da venda de seus produtos, que fortalecem essas ações pelas redes sociais e mídias especializadas e através do banco de dados que possuem.

Em Vacaria/RS, temos o Centro de Treinamento e Qualificação de Motoristas (CENTRONOR), que se propõe a oferecer serviços que acompanhem as mudanças e tecnologias dos caminhões, bem como as abordagens ambientais e comportamentais dos motoristas (CENTRONOR, 2022).

O Programa de formação e qualificação de motoristas em longa distância tem como objetivo capacitar motoristas para trabalho com veículos articulados em situações reais de viagem, e dura em torno de 6 a 7 dias. Além deste treinamento com viés prático, ainda oferecem qualificação àqueles motoristas que buscam um aprimoramento na atividade, e em encontros com duração em torno de 3 dias abordam temas relevantes à atividade, distribuídos em três módulos.

O Coordenador da unidade, Alessandro Oliboni Moreto (2022), informou através de e-mail comunicativo, recebido em 20/05/2022, às 14h30min, pelo e-mail "tais@unidao.com", que as divulgações dos cursos são realizadas através das redes sociais, sites de busca e sites do segmento.

Ele acrescentou que:



[...] Nos dias atuais, com o crescimento das **mídias sociais**, para uma empresa ser lembrada ela precisa estar presente no ambiente web. Por isso, além de possuímos páginas com conteúdo diário no Instagram (@centronor.vacaria) e Facebook (facebook.com/Centronor.com.br), direcionamos anúncios através do **Facebook Anúncios** para regiões e perfis que pretendemos alcançar. Além disso, com a evolução do acesso à internet, é no Google que as pessoas pesquisam sobre os serviços que pretendem consumir. Por isso, o CENTRONOR aparece como primeiro resultado quando um usuário digitar palavras chaves como “centro de treinamento de caminhoneiros”, através do **Google Ads**.

Ademais, buscamos sempre firmar parceria com empresas do seguimento e caminhoneiros com maior engajamento para que seja divulgado nossos treinamentos nas suas páginas, visando ao alcance de novos alunos. Como o anúncio de matérias no **site** do Blog do Caminhoneiro (MORETO, 2022, *online*).

Além de terem alunos provenientes em grande parte das empresas idealizadoras da fundação do Centro.

Identificamos que as empresas pesquisadas adotam uma prática de divulgação dentro do ambiente onde já estão inseridas e seus serviços já são utilizados. Percebemos que a venda visa atingir diretamente os motoristas já habilitados, quando na verdade poderiam adotar uma política de focar não somente em motoristas com prontidão para realização dos cursos, mas também fazer dessa venda/divulgação uma ferramenta para despertar o interesse de candidatos que possam se tornar potenciais clientes. Inspirando, através do serviço que oferecem, novos entrantes para a profissão, aguçando a curiosidade de jovens e/ou novos candidatos à profissão. Vemos que o TRC tem se tornado refém da estagnação de seu público, estando a comunicação do setor muito voltada apenas para seu público direto.

#### 4.3 COMUNICAÇÃO

Conforme Ogden e Crescitelli (2007, p. 17),

[...] entender o público-alvo da comunicação de marketing como sendo apenas o consumidor final significa adotar uma visão distorcida do processo. É preciso então analisar de forma mais completa o ambiente como um todo, avaliando os fatores do micro e do macro ambiente a fim de obter sucesso nas estratégias do negócio.

Através da explicação dada por Ogden e Crescitelli (2007, p. 17) e citada acima, usando a lógica da Comunicação de Marketing, “vemos que é preciso transpor o público focado hoje nas comunicações do segmento, pois conforme constatação do benchmarking realizado vimos que este público fica restrito apenas aos indivíduos do transporte de cargas”.

Ainda segundo Kotler (2000), uma das principais funções do marketing é gerenciar a criação e entrega de valor ao cliente, portanto, com o conhecimento obtido neste trabalho sobre os interesses da geração Z e a percepção dos jovens sobre a profissão, é possível criar ações que aproximem esse público do viés de interesse com a profissão, ressaltando os pontos principais que criem o valor esperado por eles do ponto de vista econômico, tecnológico e cultural.

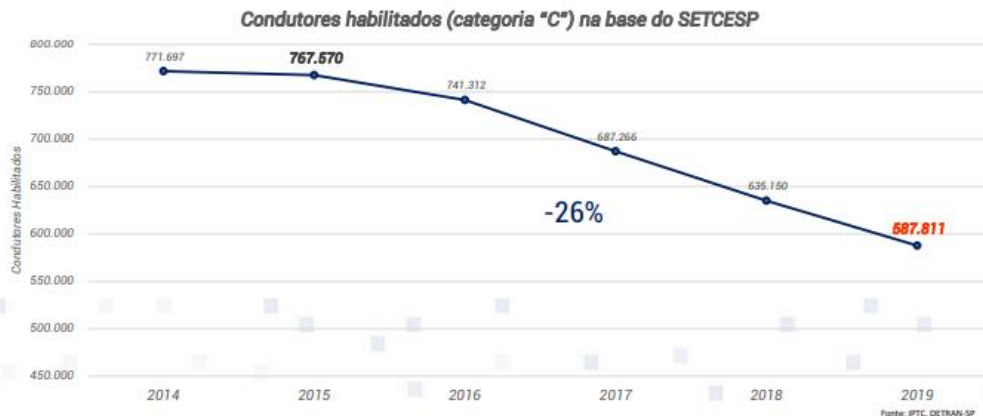
De acordo com Valle (2020, *online*), no site Academia do Marketing, “as redes sociais são hoje em dia um dos principais canais de comunicação no mundo online e por isso qualquer empresa que deseje ter uma presença de sucesso na Internet, precisa possuir uma presença profissional nestas mídias”. Neste sentido, umas das ferramentas utilizadas para a proposta de solução é a divulgação focada nas mídias sociais, Instagram e Facebook.

#### 4.4 DIMINUIÇÃO PELA OBTENÇÃO DA CARTEIRA DE HABILITAÇÃO NACIONAL PARA CONDUÇÃO DE CAMINHÃO

Conforme citado no Relatório Técnico elaborado pelo Engenheiro Fernando M. Zingler (2020), o Brasil vem reduzindo o número de motoristas (Categoria C e complementares) desde 2015 com taxas de até -5,9%. Até então, mesmo modesto, o crescimento girava em torno de 1,4% ano.

Contexto ainda mais preocupante se lembrarmos que, para emissão da carteira D, que ainda antecede a categoria E (habilitação para carretas), é pré-requisito que o motorista tenha 1 ano na categoria C. Nesta linha, a tendência de redução ainda maior nesta estatística é provável.

Gráfico 6 - Condutores habilitados



Nossa base registou uma **perda de 185mil habilitados** na categoria "C" e combinações desde 2014, uma queda de -26% do total registrado anteriormente. Alguns municípios como São Paulo, Osasco, Jundiaí e Guarulhos tiveram um grande encolhimento absoluto, enquanto alguns municípios pequenos tiveram um encolhimento percentual acentuado de seu já pequeno número de registros.

Fonte: ZINGLER, 2020, *online*

#### 4.4.1 Fatores que influenciam a falta de interesse pela obtenção da primeira habilitação

O desinteresse pela obtenção da Carteira Nacional de Habilitação (CNH) já começa em um contexto muito anterior à escolha da profissão.

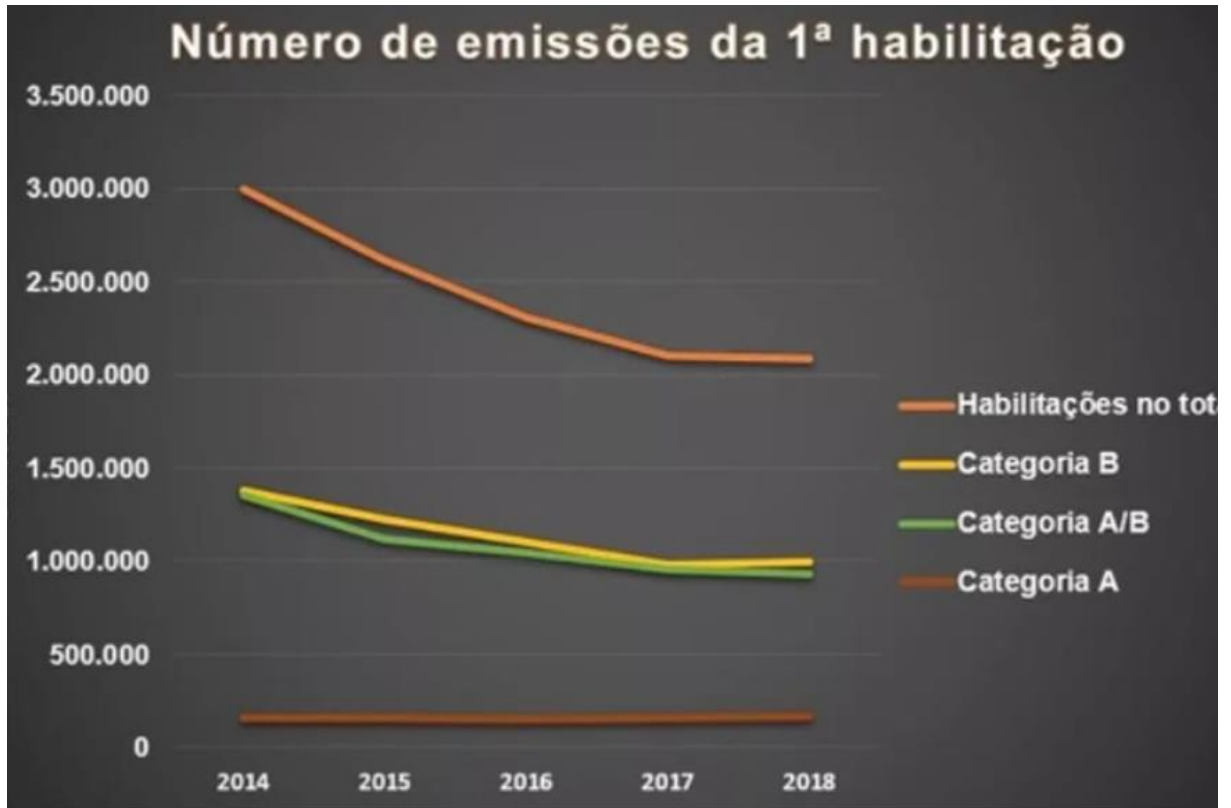
Fatores culturais, econômicos e sociais da atualidade mostram que, para as novas gerações, caminhadas, bicicletas e aplicativos têm feito parte de suas rotinas, e que além das facilidades, fatores como o cuidado com o ecossistema, atenção à saúde do corpo com a prática de atividades ao ar livre e participação e contribuição em meios colaborativos são valores que os mais jovens têm priorizado.

No Brasil, tirar a carteira de motorista exige tempo e custo elevado, o que pode contribuir para afastar os jovens dos carros. O valor varia de acordo com o Estado, mas pode chegar a R\$ 2 mil reais. Fazer o investimento em um carro também é algo incerto e caro: modelos populares saídos das concessionárias estão na faixa dos R\$ 40 mil, além dos variáveis custos com combustível, custos de manutenção, seguros e estacionamentos, aliados à falta de segurança pública e falta de infraestrutura nas cidades.

Todos esses fatores se confirmam com a queda de carteiras profissionais emitidas pelo Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN). A primeira habilitação

para veículos de categoria B, que seria no futuro a evolução para categorias, C, D e E também está em queda, como mostra o gráfico do DETRAN de SP.

**Figura 8 - Gráfico de emissões de CNH**



Fonte: Detran-SP — Foto: Auto Esporte

Fonte: DETRAN.SP, 2022, *online*

#### 4.5 PESQUISA

Durante a entrevista realizada com o presidente da FETRANSUL, Afrânio Rogério Kieling (2021), foi possível obter informações de relevância para o trabalho e confirmar a suspeita do grupo.

O presidente mencionou sobre o problema da falta de mão de obra de motoristas profissionais no transporte rodoviário de cargas.

Nós, como entidade de classe que representa 13 sindicatos patronais no Estado do Rio Grande do Sul, presenciamos o problema que é unânime entre as empresas do setor, a falta de motoristas profissionais. Transportadores são diretamente prejudicados, caminhões parados e cargas aguardando, isso significa custo (KIELING, 2021).

Conclui Kieling (2021):

Enfrentamos outros obstáculos e temos muitos desafios pela frente, mas preocupa o setor a falta de novos entrantes na profissão. Jovens estão migrando para outras áreas, até mesmo na Europa, e não visualizam o transporte como oportunidade. Precisamos mudar esse conceito e trabalhar juntos para entender os jovens e trazê-los para a profissão. A federação iniciou um trabalho institucional com foco no motorista. Ele ainda é um projeto piloto, mas a tendência é investir no tema.

Após a entrevista mencionada, o grupo partiu para a pesquisa quantitativa utilizando a técnica de questionário, com o objetivo de identificar a opinião e conhecimento dos jovens em relação à profissão de motorista do transporte rodoviário de cargas e entender os motivos que poderiam fazer com que estes escolhessem a profissão. O questionário foi composto por cinco perguntas objetivas e aplicada com três diferentes públicos, totalizando uma amostragem de 250 respondentes, sendo estes: 52 alunos da Escola Estadual de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa Gonçalves (entre 12 e 18 anos), 149 alunos da turma de Jovem Aprendiz da unidade do SEST SENAT (entre 14 e 21 anos) e 49 alunos da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA (entre 16 e 57 anos). Todos os respondentes são moradores da cidade de Porto Alegre.

A escolha de três amostragens com diferentes públicos teve o intuito de identificar e entender o que cada um deles pensa sobre a profissão estudada neste trabalho. O quadro abaixo resume e compara as diferentes opiniões e perfis.

Quadro 3 - Comparativo da pesquisa quantitativa com os três grupos de amostragem

PERGUNTA	E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa  Alunos de 12 a 18 anos Feminino 44,23% Masculino 55,76%	Jovem Aprendiz SEST SENAT  Alunos de 14 a 21 anos Feminino 57,04% Masculino 42,95%	Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello - Turma EJA  Alunos de 16 a 57 anos Feminino 55,10% Masculino 44,89%
1) Você possui conhecimento das atividades de um motorista profissional do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)?	Sim 28,84% Não 71,15%	Sim 36,91% Não 63,09%	Sim 32,65% Não 67,34%
2) Você sabia que a profissão está diretamente ligada a tecnologia?	Sim 71,15% Não 28,84%	Sim 55,70% Não 44,29%	Sim 48,97% Não 51,02%
3) Caso você fosse chamado para um programa de treinamento com a possibilidade de uma futura vaga nesse mercado de trabalho, você teria interesse em participar?	Sim 84,61% Não 15,38%	Sim 48,32% Não 51,67%	Sim 67,34% Não 32,65%
4) O que te levaria a escolher pela profissão de motorista profissional do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)?	Remuneração 1,92% Paixão pelo caminhão 11,53% <b>Oportunidade de conhecer vários lugares 50%</b> <b>Oportunidade de crescimento de carreira 32,69%</b> Outros: Experiência 3,84%	Remuneração 36,91% Paixão pelo caminhão 8,05% <b>Oportunidade de conhecer vários lugares 48,99%</b> <b>Oportunidade de crescimento de carreira 40,93%</b> Não responderam 6,71% <b>Outros 2,68%:</b> - Obter CNH - Preferencia em outras profissões - Não gostaria pelo motivo de estar longe da família - Não gostaria de ficar longe da família	Remuneração 24,48% Paixão pelo caminhão 8,16% <b>Oportunidade de conhecer vários lugares 53,06%</b> <b>Oportunidade de crescimento de carreira 30,61%</b> <b>Outros 10,20%</b> - Não gostaria por causa da violência e acidentes de trânsito - Desempregado - Não gosta de dirigir - Pai é caminhoneiro
5) Como você avalia a profissão do motorista do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)?	Muito boa 34,61% <b>Boa 55,76%</b> Regular 7,69% Ruim 0% Muito ruim 1,92%	Muito boa 24,16% <b>Boa 51%</b> Regular 20,80% Ruim 3,35% Muito ruim 0,67%	<b>Muito boa 36,73%</b> <b>Boa 36,73%</b> Regular 26,53% Ruim 0,00% Muito ruim 0,00%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

A idade dos respondentes em relação às três amostragens variou entre 12 e 57 anos, conforme tabela abaixo, sendo que a maioria possui de 13 a 20 anos.

Comparando o sexo de cada um dos grupos pesquisados, não houve considerável diferença entre ambos, de acordo com dados apresentados no quadro 02. Ainda assim, cabe destacar que o público feminino foi maioria entre os respondentes das turmas de Jovem Aprendiz (57,04% = 84 respondentes) e EJA (55,10% = 27 respondentes). O sexo masculino foi maioria na turma da Escola Estadual de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa Gonçalves, sendo 55,76%, ou seja, 29 respondentes.

**Quadro 4 - Comparativo da descrição das idades em relação aos respondentes dos três grupos de amostragem**

	E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa <u>Amostragem de 52 alunos</u> De 12 a 18 anos Feminino 44,23% Masculino 55,76%	Jovem Aprendiz SEST SENAT <u>Amostragem de 149 alunos</u> De 14 a 21 anos Feminino 57,04% Masculino 42,95%	Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello - Turma EJA <u>Amostragem de 49 alunos</u> De 16 a 57 anos Feminino 55,10% Masculino 44,89%
Descrição da idade	12 anos (2resp) = 3,84% <b>13 anos (14resp) = 26,92%</b> <b>14 anos (19resp) = 36,53%</b> 15 anos (7resp) = 13,46% 16 anos (6resp) = 11,53% 17 anos (3resp) = 5,76% 18 anos (1resp) = 1,92%	14 anos (7resp) = 4,69% 15 anos (20resp) = 13,42% <b>16 anos (35resp) = 23,97%</b> <b>17 anos (42resp) = 28,18%</b> 18 anos (23resp) = 15,43% 19 anos (13resp) = 8,72% 20 anos (8resp) = 5,36% 21 anos (1resp) = 0,67%	16 anos (1resp) = 2,04% <b>18 anos (15resp) = 30,61%</b> <b>19 anos (14resp) = 28,57%</b> <b>20 anos (11resp) = 22,44%</b> 22 anos (2resp) = 4,08% 28 anos (1resp) = 2,04% 31 anos (1resp) = 2,04% 32 anos (1resp) = 2,04% 37 anos (1resp) = 2,04% 41 anos (1resp) = 2,04% 57 anos (1resp) = 2,04%

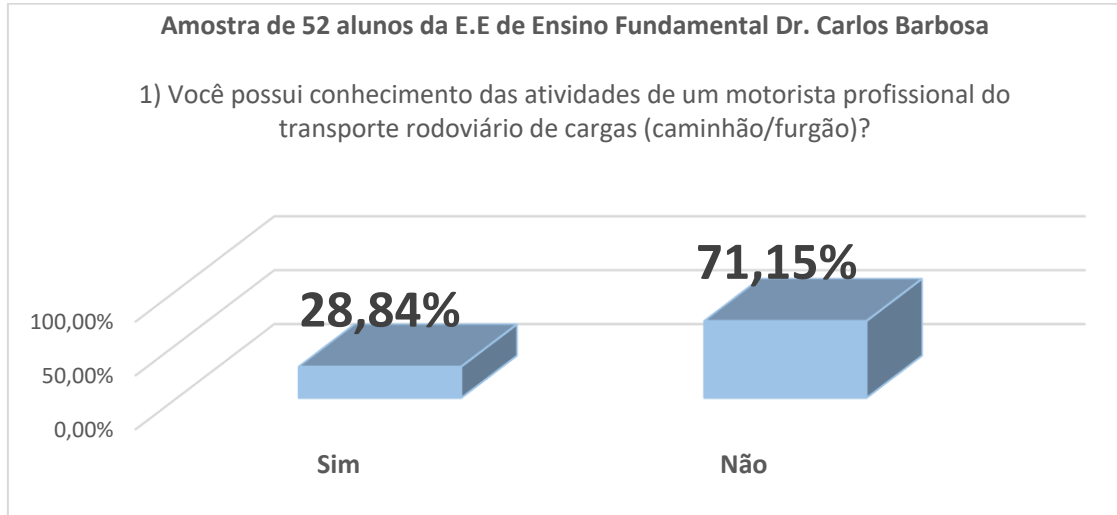
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

A descrição e os comparativos das três amostragens serão detalhadas por cada pergunta realizada no questionário.

Na questão 01, que se refere ao conhecimento dos alunos em relação às atividades de um motorista profissional do transporte rodoviário de cargas,

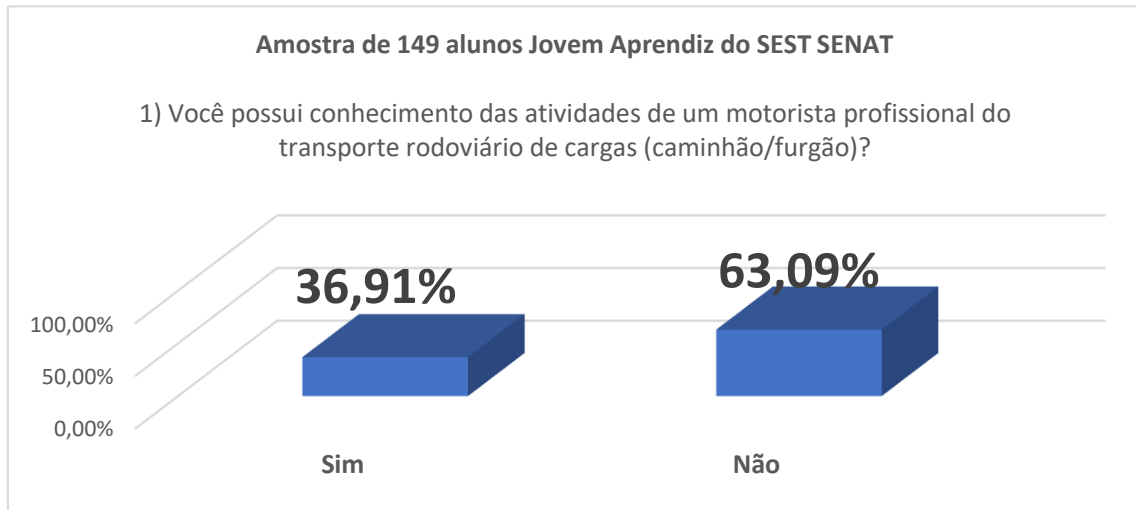
responderam que SIM uma média de apenas 30%, resultado que era considerado suspeito antes da aplicação da pesquisa.

**Gráfico 7 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

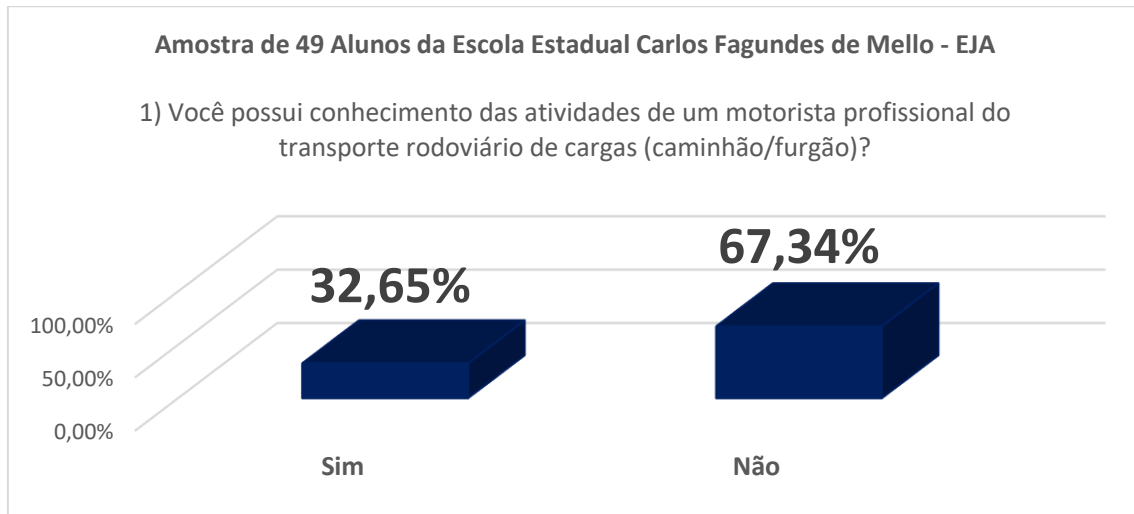
**Gráfico 8 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022



**Gráfico 9 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA**

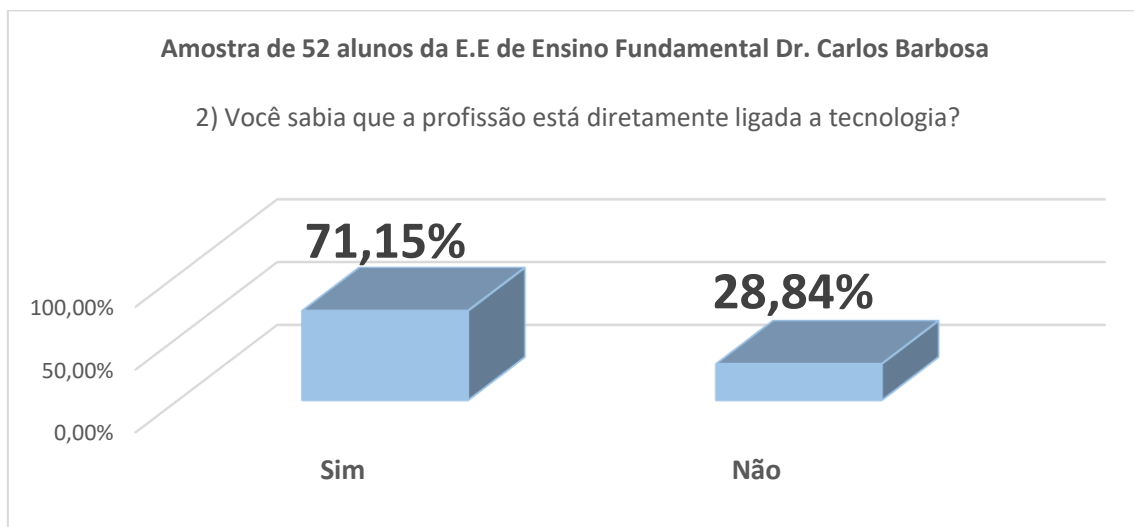


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

A maioria dos respondentes acredita que a profissão de motorista de transporte de cargas está diretamente ligada à tecnologia, exceto os alunos da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA, sendo que 48,97% (24 respondentes) marcaram NÃO, e mesmo assim, pouco relevante em relação ao percentual.

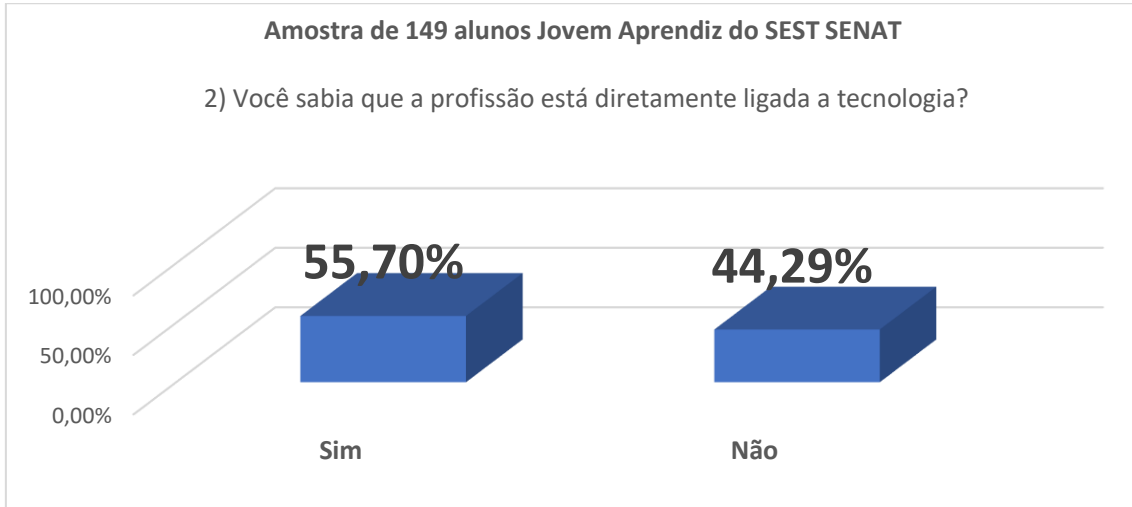
A maior diferença de resposta foi de 22,18% entre as turmas de EJA e Escola Estadual de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa Gonçalves conforme descrito abaixo.

**Gráfico 10 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



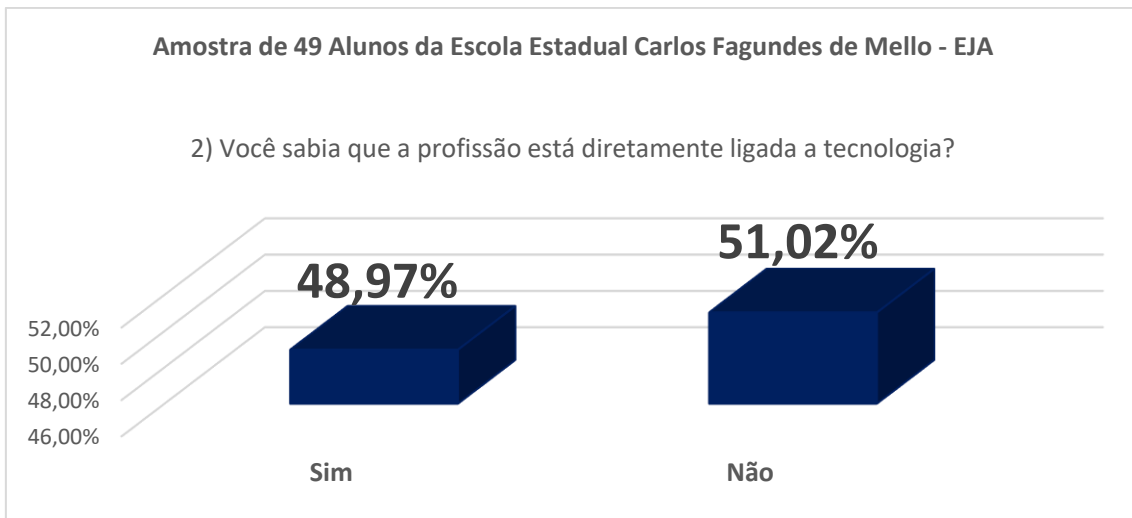
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 11 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 12 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA**

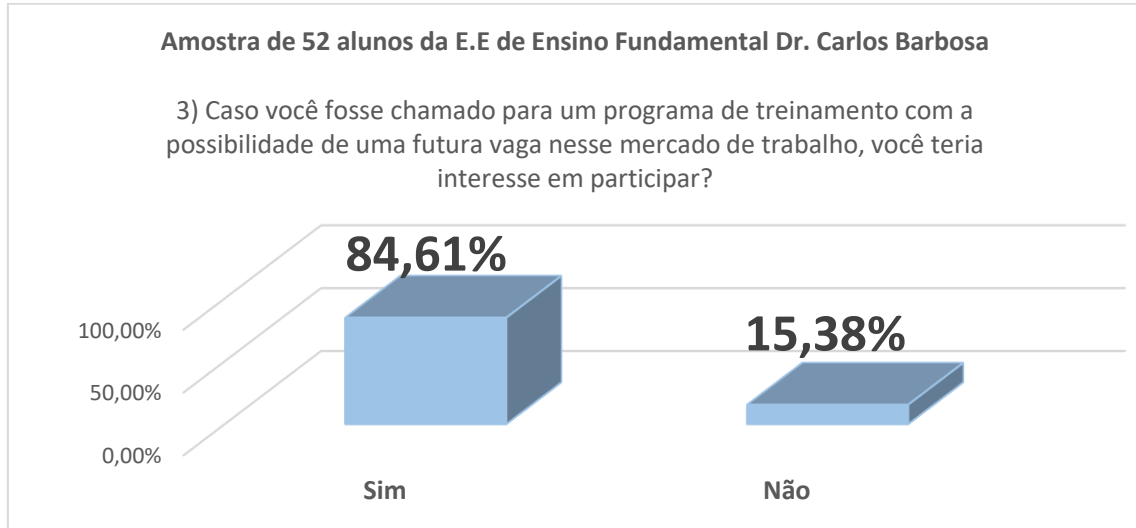


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Quando os alunos são questionados sobre o interesse em participar de um programa de treinamento com a possibilidade de uma futura vaga no mercado de trabalho que se refere à profissão de motorista, os resultados foram surpreendentes para o grupo, pois a maioria respondeu SIM, sendo a maioria os alunos da Escola Estadual de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa Gonçalves (84,61% = 44 respondentes) e da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA (67,34% = 33 respondentes). Já os alunos da Escola de Jovem Aprendiz do SEST

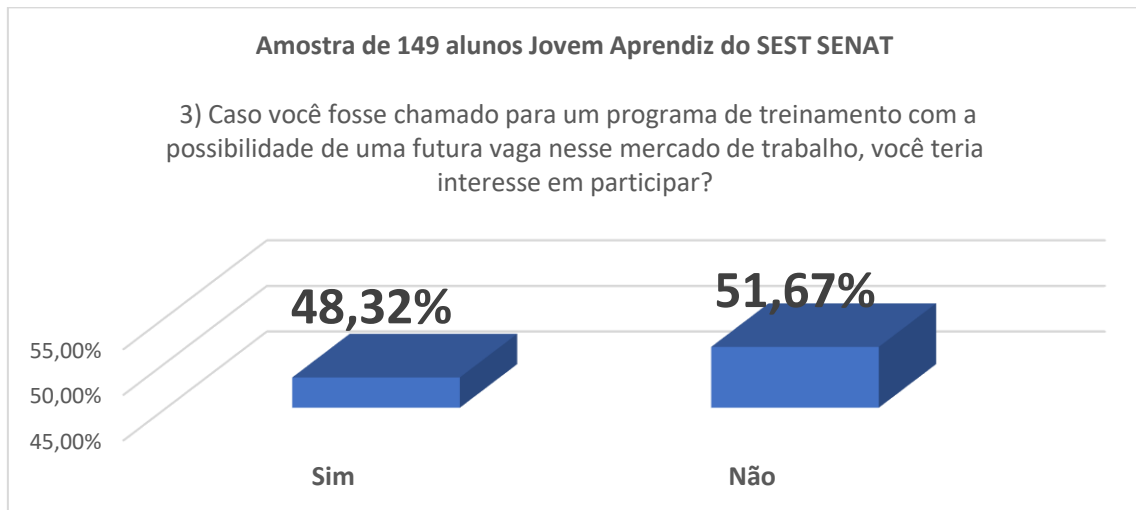
SENAT apenas (48,32% = 72 respondentes) demonstraram interesse quando questionados.

**Gráfico 13 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



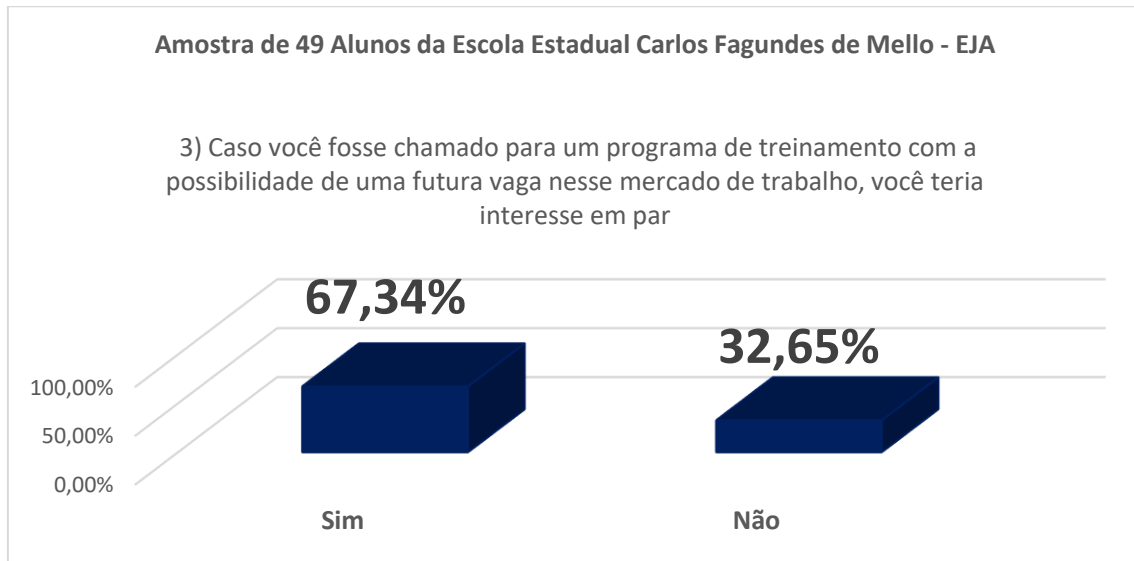
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 14 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 15 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA**



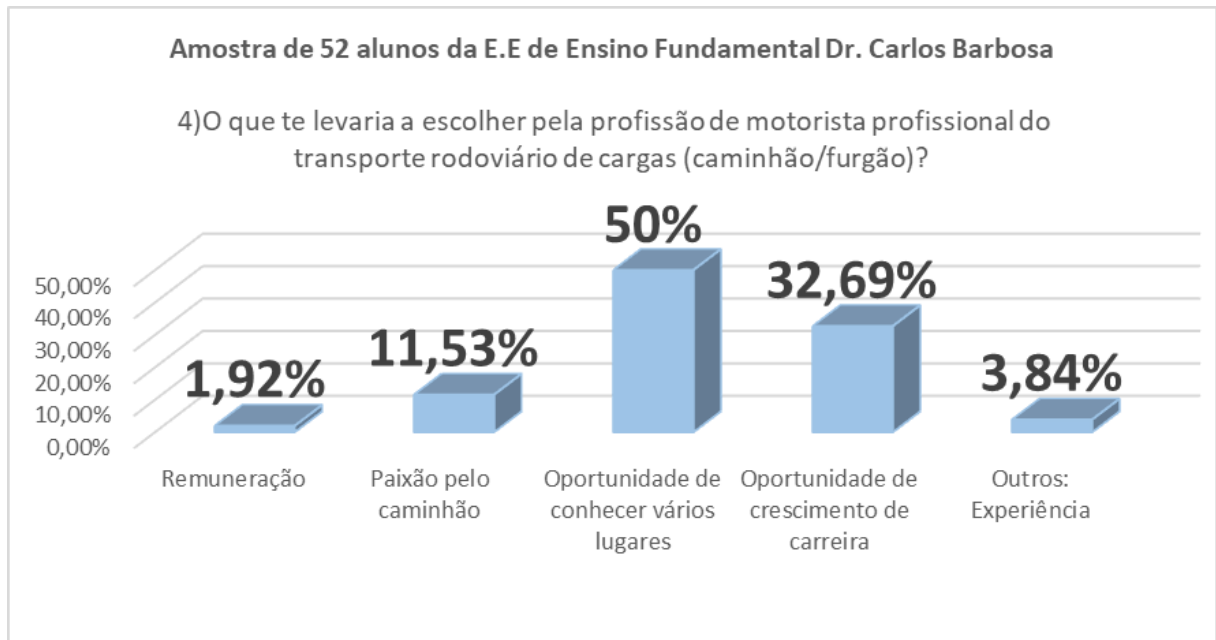
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

A característica da profissão do motorista de conhecer novos lugares foi a resposta que mais vezes foi mencionada entre todos os grupos de amostragem da pesquisa, representando uma média de 50%, seguido de oportunidade de crescimento de carreira (mais de 30%) quando foram questionados sobre o que levaria a escolha pela profissão. Entre as opções estão: remuneração, paixão por caminhão, oportunidade de conhecer novos lugares, oportunidade de crescimento de carreira, entre outros.

A remuneração também apresentou percentual de relevância para alunos da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA (24,48% = 12 respondentes) e Jovem Aprendiz do SEST SENAT (36,91% = 55 respondentes).

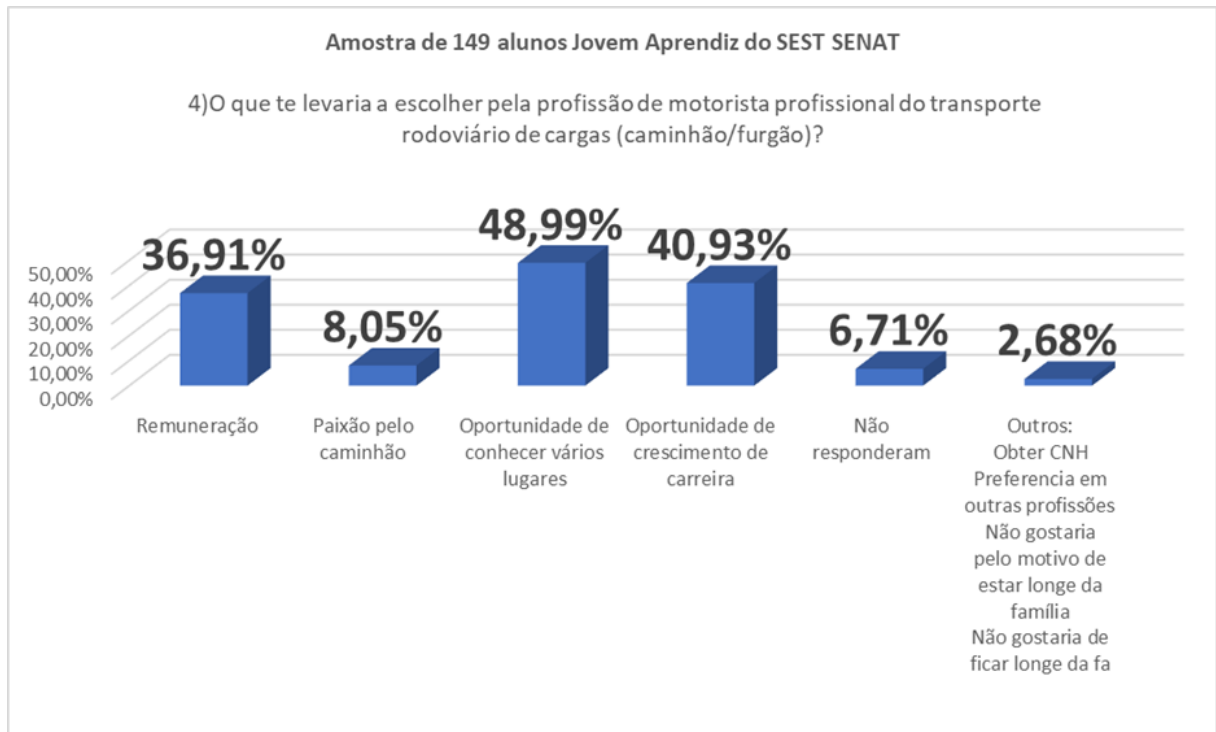
A opção outros, que deu a possibilidade dos alunos inserirem outra resposta, de forma geral, não apresentou percentual de relevância, exceto os alunos da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA que representou 10,20% (5 respondentes do total 49). Entre as respostas, foi mencionada a falta de segurança e violência no trânsito, tempo longe da família, desemprego, experiência e o fato de não gostar de dirigir.

**Gráfico 16 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



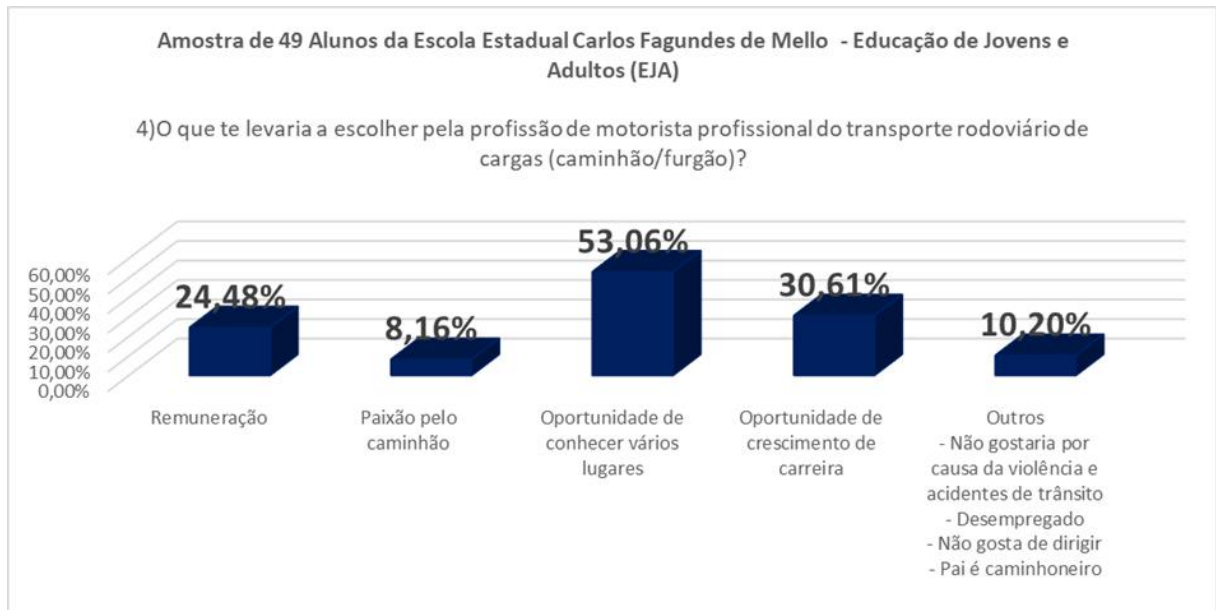
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 17 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 18 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA**

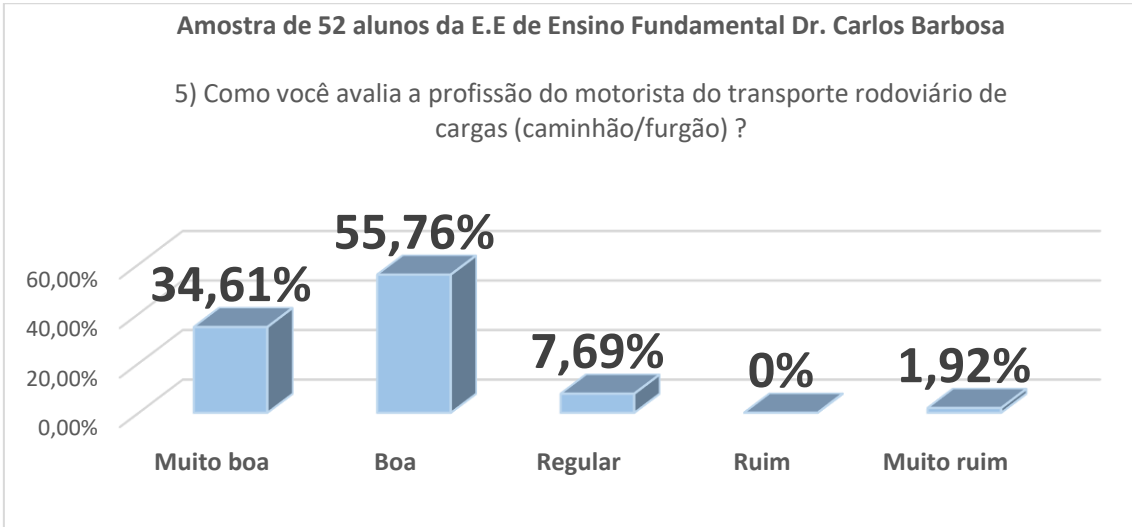


Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

No geral, os alunos de ambos os grupos de amostragem avaliaram de forma positiva a profissão do motorista do transporte rodoviário de cargas, que ficou entre boa e muito boa. Apontaram como regular cerca de 20% dos alunos da Escola Estadual Carlos Fagundes de Mello das turmas de EJA e Jovem Aprendiz do SEST SENAT.

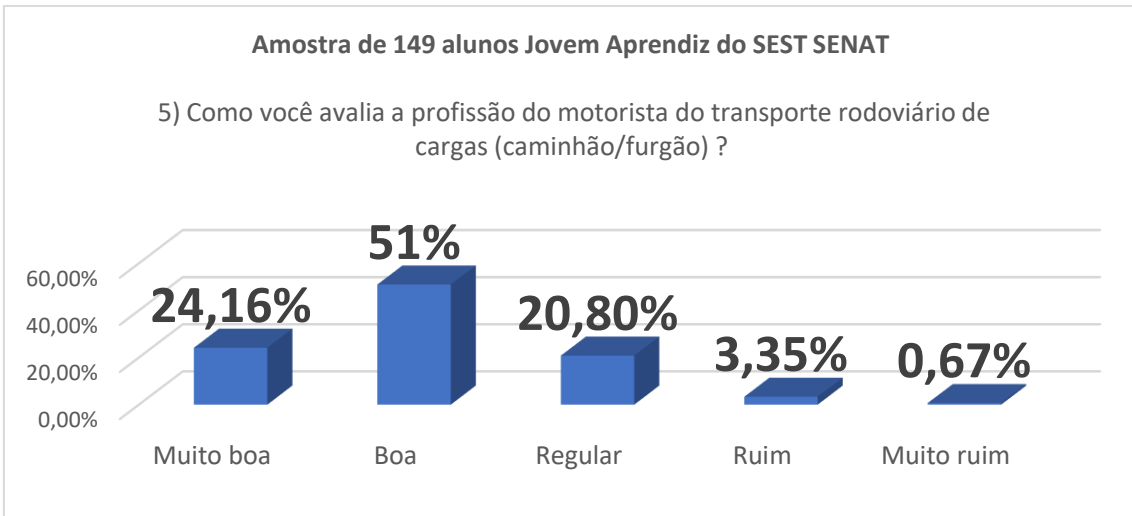
Dos 149 alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT, 3,35% (que corresponde a 5 respondentes) avaliaram como ruim a profissão. Este foi o percentual de maior relevância apontado na opção “ruim” entre os grupos, conforme apresentado abaixo:

**Gráfico 19 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



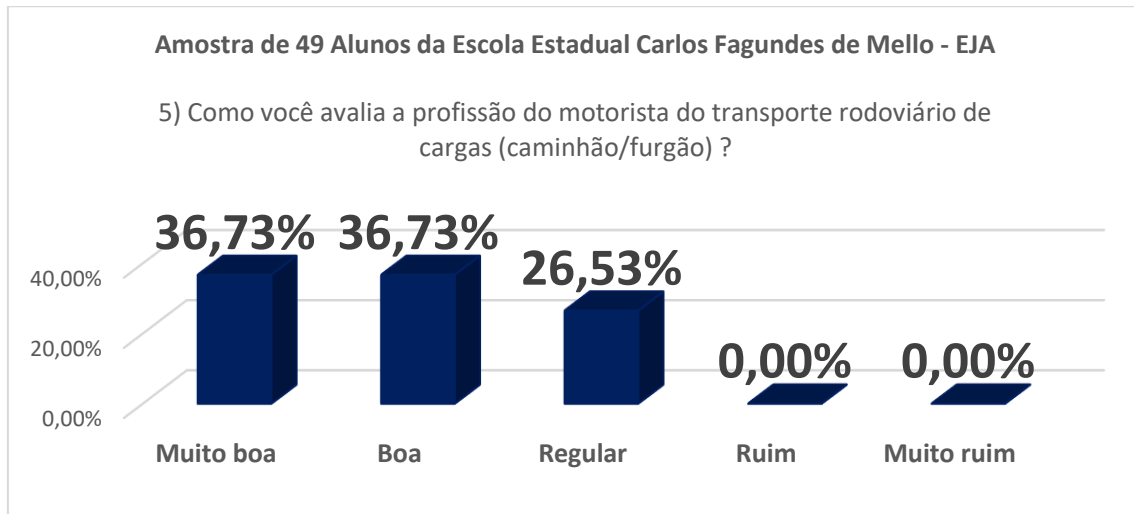
Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 20 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com os alunos das turmas de Jovem Aprendiz do SEST SENAT**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Gráfico 21 - Resultado da pesquisa aplicada e compilada com alunos da E.E Carlos Fagundes de Mello da turma de EJA**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

#### 4.5.1 Observações gerais da pesquisa

Após a análise e comparação dos resultados apresentados acima, é possível destacar alguns pontos surpreendentes e relevantes entre as respostas obtidas através do questionário aplicado aos três grupos de alunos.

Levando em conta que o maior número de respondentes é do sexo feminino, o interesse com a profissão do motorista do transporte rodoviário de cargas foi positivo. Isso significa que as mulheres têm interesse na informação, tanto quanto os homens, em relação ao setor e à profissão.

Na questão 02, quando os alunos são questionados se a profissão de motorista de transporte de cargas está diretamente ligada à tecnologia, a maior diferença de resposta foi entre as turmas de EJA (de 16 a 57 anos, 48,97% responderam SIM) e na Escola Estadual de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa Gonçalves (de 12 a 18 anos, 71,15% responderam SIM). Essa diferença pode estar diretamente ligada ao perfil das gerações, já que os respondentes das escolas apresentaram diferença significativa em relação à idade.

O único grupo que não apresentou maioria quanto ao interesse em participar de um programa de treinamento que se refere à profissão de motorista foi a turma de Jovem Aprendiz do SEST SENAT, sendo que 51,67% respondem NÃO e 48,32% SIM. Mesmo a diferença não sendo tão notória, a justificativa para este resultado pode estar



ligada ao grau de familiaridade em relação ao setor de transportes, já que estes estão diretamente conectados ao SEST SENAT.

Mesmo apresentando o resultado acima mencionado, quando na próxima pergunta são questionados sobre o que levaria a escolha pela profissão, 40,93% (61 respondentes dos 149) apontaram a oportunidade de crescimento de carreira. Este dado indica que mesmo não tendo conhecimento aprofundado sobre as atividades do motorista, os participantes conseguem visualizar a profissão como oportunidade próspera. Este grupo está inserido em um curso específico voltado para a qualificação no mercado de trabalho.

Oportunidade de conhecer novos lugares foi a opção mais apontada pelos alunos, quando questionados sobre os fatores que os levariam à escolha pela profissão, representando uma média de 50%, número expressivo em todas as idades e níveis de escolaridade dos alunos.

## 5 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A falta de novos entrantes na profissão de motorista do transporte rodoviário de cargas está sendo um problema de grande parte das empresas do setor. O fato foi perceptível ao grupo durante o estudo realizado, através da entrevista com o presidente da FETRANSUL, Afrânio Kieling e dos estudos publicados pela CNT.

A dificuldade da contratação de motoristas pode estar relacionada à falta de renovação destes profissionais. De acordo com a pesquisa “Pesquisa CNT - Perfil dos caminhoneiros 2019”, já mencionada neste trabalho, a faixa etária média dos motoristas entrevistados foi de 44,8 anos (CNT, 2019). A nova geração está migrando para outras ocupações e não estão visualizando a profissão pesquisada como uma oportunidade.

### 5.1 VIABILIDADE DO DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA DE ATRAÇÃO DE NOVOS MOTORISTAS PROFISSIONAIS

As propostas apresentadas a seguir visam a atrair a nova geração para a profissão de motorista do transporte rodoviário de cargas. As estratégias foram elaboradas em parceria com a FETRANSUL, que irá financiar todo o projeto e ações previstas e o SEST SENAT, que está trabalhando junto à federação no desenvolvimento das ações e dará todo o suporte em relação às demandas que serão geradas.

A aplicação das ações é composta por três pilares nos quais serão desmembradas as estratégias, algumas delas já em fase de execução.

A revitalização da imagem do motorista profissional e a divulgação dos pontos positivos sobre a profissão é o primeiro pilar detalhado e inclusive já está em fase de aplicação por meio da Campanha Motorista do Futuro. Utilizam-se ferramentas de marketing digital através de mídias sociais, site e materiais gráficos que evidenciam os aspectos positivos da profissão e apresentam a evolução e qualificação pela qual essa atividade passou ao longo dos anos.

O segundo pilar é a aliança com entidades sociais que visam a inserção de jovens no mercado de trabalho. O Rotary Club de Porto Alegre é a entidade que o grupo escolheu para iniciar o projeto. O Rotary é uma rede global de líderes comunitários, amigos e vizinhos que veem um mundo onde as pessoas se unem e

entram em ação para oportunizar mudanças duradouras em si mesmas, nas suas comunidades e no mundo todo. O objetivo é a aproximação com comunidades carentes que necessitam estimular seus jovens na busca de uma carreira.

O terceiro e último pilar é a conscientização vivencial dos jovens, ou seja, oportunizar maior aproximação entre a nova geração e a realidade de ser motorista. Acreditamos que, levando informação até as escolas estaduais e municipais de nível fundamental e médio, seja possível iniciar uma mudança de paradigmas e conceito em relação à profissão. Esse pilar poderá ser o mais importante para a solução do problema em médio e longo prazo.

O SEST SENAT será peça fundamental para o sucesso na execução do projeto. Além de estar junto em todas as ações, ajudando a disseminar e falar sobre as atividades da profissão, o sistema será base para atender e orientar a demanda que será gerada pelas ações do Projeto Aplicativo, ou seja, futuros interessados em seguir a profissão poderão procurar o sistema que irá auxiliar os jovens, encaminhando-os para as empresas, cursos e treinamentos.

Com o objetivo de possibilitar a expansão do projeto a nível nacional, todas as ações propostas envolvem entidades que estão distribuídas em todas as regiões do país, como a Comissão de Jovens Empresários e Executivos (COMJOVEM), SEST SENAT, Rotary e Federações de outros Estados.

Os subcapítulos a seguir explicam os detalhes de cada um dos pilares do projeto.

## 5.2 PILAR 1 - FORTALECIMENTO DA IMAGEM DO MOTORISTA PROFISSIONAL E A DIVULGAÇÃO DOS PONTOS POSITIVOS SOBRE A PROFISSÃO NA CAPTAÇÃO DE NOVOS MOTORISTAS

A Campanha Motorista de Futuro é uma demanda solicitada pelos autores deste trabalho em outubro de 2021 que a FETRANSUL prontamente atendeu e está dando suporte para o desenvolvimento, tanto na área profissional quanto financeira de toda a campanha.

Quadro 5 - Resumo das ações

PILAR 1 - REVITALIZAÇÃO DA IMAGEM DO MOTORISTA PROFISSIONAL			
Através da Campanha Motorista do Futuro, expandir a divulgação sobre os aspectos positivos da profissão, afim de conscientizar a sociedade			
	Ação	Objetivo da Ação	Status
Ações de conscientização sobre os pontos positivo da profissão	Criação da logomarca da Campanha Motorista de Futuro	Obter uma identidade própria da campanha	Concluído/Aplicado
	Criação de layout para Campanha Motorista de Futuro: imagem de capa do facebook, stories instagram, flyer digital/impresso e banner impresso, com espaço para inserir a logomarca de empresas apoiadoras no projeto piloto	Fazer com que a iniciativa privada participe junto desse movimento, inserindo seu logo nas peças de sensibilização desenvolvidas e custeadas pela FETRANSUL.	Concluído/Aplicado
	Página dentro do site <a href="http://www.fetransul.com.br">www.fetransul.com.br</a> onde o motorista e a empresa podem preencher o formulário de acordo com o seu interesse: <a href="http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo">www.fetransul.com.br/motoristadefuturo</a>	Atrair o interesse de novos profissionais e fazer a conexão entre as empresas e motoristas ou futuros motoristas.	Em andamento/Aplicado
	Software de gestão para conexão entre o motorista e a empresa para a página <a href="http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo">www.fetransul.com.br/motoristadefuturo</a>	Fazer a gestão automática entre os motoristas cadastrados e as empresas. Cada empresa terá um login e senha de acesso.	Em construção
	Impulsionamento nas redes sociais: Instagram e Facebook	Chamar a atenção para a profissão e divulgar a página <a href="http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo">www.fetransul.com.br/motoristadefuturo</a> com a possibilidade de cadastro para interessados	Em andamento/Aplicado
	Postagem em massa dos conteúdos, através de horários e datas pré programadas	Gerar força e dar visibilidade a Campanha Motorista de Futuro	Em andamento/Aplicado
	Produção de vídeos com motoristas narrando suas experiências profissionais	Produzir relatos com motoristas atuantes, ressaltando os pontos positivos, desta forma possibilitando a mudança de paradigma e interesse com a profissão.	Em andamento/Aplicado
	Convite as empresas para expandir a adesão ao projeto	Utilizar o potencial de comunicação destas empresas com a sociedade e o mercado, expandindo a Campanha Motorista de Futuro.	Em andamento/Aplicado
	Desenvolver videos com empresas falando de seus projetos internos de desenvolvimento de motoristas	Demonstrar que o mercado de trabalho do Transporte Rodoviário de Cargas está contratando sem experiência e que muitas empresas estão estruturadas para proporcionar treinamento prático e incentivo ao profissional.	A desenvolver
	Contratação de 1 jovem influenciador digital do mundo "Gamer"	Atingir o público que pode se identificar com a característica tecnologica do setor, pouco conhecida.	A desenvolver
Contratação de 1 jovem influenciador digital que fale sobre lifestyle	Atingir o público jovem de forma variada, usando a influencia deste influenciador para despertar novo interesse.	A desenvolver	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Inicialmente foi criada a logomarca da campanha e algumas peças publicitárias, como: capa do facebook, stories para Instagram, flyer digital, banner impresso, entre outros materiais. As empresas inseridas no projeto piloto auxiliam na divulgação da Campanha Motorista de Futuro através de seus canais de comunicação. Um dos objetivos é utilizar o potencial de comunicação destas empresas para expandir a ideia para a sociedade. O custo destes materiais foi de R\$ 1.050,00.

**Figura 9 - Logomarca da Campanha**



Fonte: FETRANSUL, 2022, *online*

**Figura 10 - Capa do Facebook**



Fonte: FACEBOOK, 2022, *online*

Figura 11 - Stories do Instagram



**Seja um motorista!**

Seu caminho na direção do futuro começa hoje

- UM SETOR EM CONSTANTE EVOLUÇÃO
- Remuneração atraente
- Capacitação qualificada gratuita
- Veículos com alta tecnologia e segurança
- Programas de formação ao alcance dos interessados

SEJA MOTORISTA: UMA VIAGEM AO SUCESSO!

Participe deste projeto:  
[www.fetransul.com.br/motoristadefuturo](http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo)

Motorista de FUTURO

Uma campanha SISTEMA FETRANSUL

Fonte: INSTAGRAM, 2022, *online*

Figura 12 - Flyer e banner impresso de divulgação



**Seja um motorista!**

Seu caminho na direção do futuro começa hoje

- UM SETOR EM CONSTANTE EVOLUÇÃO
- Remuneração atraente
- Capacitação qualificada gratuita
- Veículos com alta tecnologia e segurança
- Programas de formação ao alcance dos interessados

SEJA MOTORISTA: UMA VIAGEM AO SUCESSO!

Participe deste projeto:  
[www.fetransul.com.br/motoristadefuturo](http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo)

Motorista de FUTURO

Uma campanha SISTEMA FETRANSUL

**SEU CAMINHO NA DIREÇÃO DO FUTURO COMEÇA HOJE**  
Venha ser um profissional do transporte!

Ingresso em uma carreira promissora no transporte de cargas e seja um novo motorista para os novos tempos. O futuro está logo ali. Um mundo novo espera por você!

Participe deste projeto:  
[www.fetransul.com.br/motoristadefuturo](http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo)

Motorista de futuro

Fonte: FETRANSUL, 2022, *online*

Com o objetivo de atrair novos profissionais para a campanha e fazer a conexão entre as empresas e motoristas ou futuros motoristas, foi criada uma página dentro do site da FETRANSUL onde ambos podem preencher o formulário de acordo com o seu interesse. O motorista ou futuro motorista que estiver interessado em ser contratado cadastra seus dados (área motorista) e a empresa que está com vagas abertas também preenche o formulário na (área empresa). Posteriormente, a federação faz a conexão entre ambos. Este projeto é piloto e está atualmente funcionando com oito empresas do Estado do Rio Grande do Sul, entre elas: Avanti Logística, Grupo Scapini, Magma Transportes, Nova Era Transportes, Prata Vera Transportes, Unidão Transportes, Tomasi Logística e Transportadora TransVR. O custo para a criação desta página foi de R\$ 1.000,00.

Figura 13 - Template do site da FETRANSUL

The image shows a website template with a blue and white color scheme. At the top left is the logo for 'Motorista de Futuro' featuring a silhouette of a person with a truck. To the right, the main headline reads 'SEU CAMINHO NA DIREÇÃO DO FUTURO COMEÇA HOJE' with the subtext 'Venha ser um profissional do transporte!'. Below this is a section titled 'Campanha Motorista de Futuro' which contains several paragraphs of text and a small image of a person driving. The text describes the goal of training professional drivers and lists participating companies. A second section, 'Confira abaixo algumas dicas de como se habilitar tecnicamente para profissão de motorista:', provides instructions for the first habilitation (CHN) and category changes (C, D, or E), listing required documents like ID, CPF, and a resolution. At the bottom, there are two buttons: 'Área do Motorista' with the text 'Depositar a CONTRATAÇÃO - SEJA UM MOTORISTA' and 'Área da Empresa' with the text 'CONTRATE UM MOTORISTA'.

Fonte: FETRANSUL, 2022, *online*

Figura 14 - Formulário área Motorista

**Área do Motorista** ×

Nome completo

Data de nascimento

E-mail

Cidade Estado

Telefone

Possui CNH Categoria

Especialidade complementar

**Enviar**

Considerando as exigências da Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), registro o consentimento com a coleta e tratamento dos meus dados pessoais, para o cadastro de motoristas da FETRANSUL. Declaro estar ciente e concordar com a política de tratamento de dados adotada pela entidade ([acessada aqui](#)), assim como ter conhecimento dos meus direitos, em especial quanto à revogação, retificação, acesso, portabilidade, compartilhamento, correção e eliminação dos dados\*.

Fonte: FETRANSUL, 2022, *online*

Figura 15 - Formulário área empresa

**Área da Empresa** ×

Razão social

Nome fantasia

Cidade Estado

Telefone

E-mail

Especifique seu interesse na categoria de CNH Nº de vagas disponíveis para cada categoria

Especialidade complementar

Cidade de interesse Estado de interesse

**Enviar**

Fonte: FETRANSUL, 2022, *online*



Para o projeto ganhar força, a federação realizou uma campanha de divulgação no Facebook e Instagram nos meses de dezembro de 2021 e março e abril de 2022, com a publicação de um *flyer* digital com a chamada “Seja Motorista”, direcionando para o link da Campanha Motorista de Futuro (FETRANSUL, 2022), onde constam informações sobre a profissão e o formulário para o motorista cadastrar seus dados com demonstração de interesse em ser contratado. O custo desta ação foi de R\$ 1.300,00 e gerou um alcance de 78.583 pessoas, 938 visualizações na página e 300 cadastros de profissionais, segundo o relatório emitido pela agência de comunicação contratada.

**Figura 16 - Impulsioneamento nas redes sociais**



Fonte: PLUS COMUNICAÇÃO, 2022, p. 1

Atualmente, a gestão dos formulários e a conexão entre o motorista que realizou o cadastro e as empresas do piloto está sendo feita de forma manual e em uma planilha no programa Excel. A federação envia uma quantidade X de cadastros recebidos para determinada empresa, que posteriormente retorna com interesse ou desinteresse na contratação. Para facilitar a gestão deste processo e torná-lo automático, a federação está investindo na área de tecnologia da informação com um sistema de gestão que irá conectar ambos de acordo com o perfil do motorista ou futuro motorista. Após a conclusão deste sistema, que está previsto para agosto de 2022, a campanha poderá expandir e multiplicar o número de empresas e motoristas

de todo o estado e país, pois hoje o fator limitador para o trabalho evoluir é a gestão automática e conexão entre empresas cadastradas e motoristas. Esta ação exigiu a contratação de dois programadores de sistema, que acarretou um custo médio entre abril de 2022 e agosto de 2022 de R\$ 7.920,00. Após o término deste trabalho, os colaboradores da entidade continuarão suas atividades com foco em outros projetos tecnológicos para o setor de transportes.

Foi realizada a produção de vídeos curtos, de no máximo 30 segundos com motoristas que consideram a profissão próspera e atrativa. Esses vídeos estão sendo impulsionados no Facebook e Instagram da FETRANSUL e em todos os outros meios de comunicação da entidade. O intuito desta ação é mostrar para as pessoas o lado positivo da profissão, despertando o interesse e mudando a imagem e conceito do motorista. Até o momento foram produzidos 4 vídeos, disponíveis no YouTube (2022) e o investimento de cada um deles foi de R\$ 480,00.

**Figura 17 - Impulsionamento do vídeo nas redes sociais**

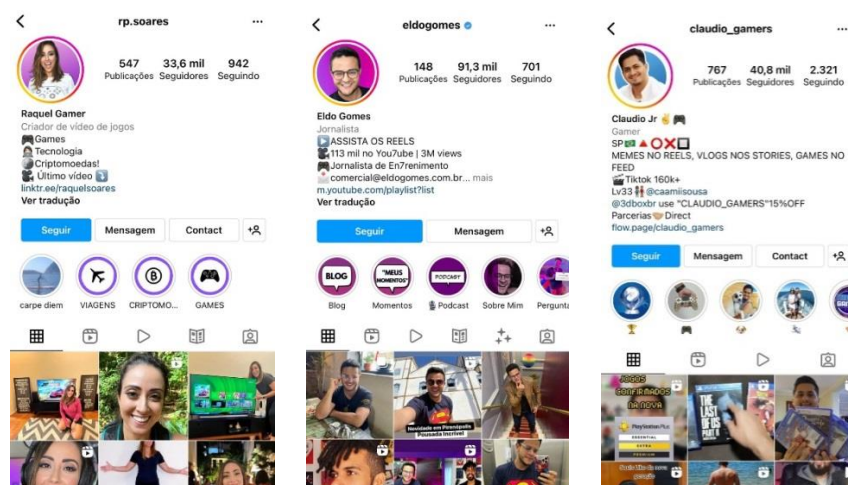


Fonte: YOUTUBE, 2022, *online*

Com todo material já produzido, sentimos a maturidade no projeto em instigar de forma inovadora, com linguagem contemporânea e fora do próprio público do setor, jovens que possam vir a se interessar pela profissão. Uma ferramenta muito utilizada atualmente são as figuras dos influenciadores digitais, que possuem um potencial de expansão de público imensurável, além da diversidade de expectadores. Vamos utilizá-los para replicar virtualmente todo o conteúdo construído e explorado na parte 1 do pilar 3, falando da profissão perante o cenário econômico, possibilidades de carreira e oportunidades da profissão de motorista, e apresentar através destes influenciadores a campanha Motorista do Futuro e todas funcionalidades que estão a disposição para esclarecimento e conhecimento da atividade. O custo desta ação dependerá da popularidade do influenciador escolhido, podendo variar de R\$100,00 por um pacote de *stories*, ou até R\$1.000,00. Este estudo ainda precisará ser elaborado. Porém para estimativa vamos considerar 1 pacote de stories duas vezes na semana, cada dia com custo de 150,00, ficando um total mensal de 1.200,00 e como bônus teremos um post no feed por mês. Esta ação será executada a cada 2 meses e pulará o terceiro mês. Considerando essa frequência, de 2 meses de custo dentro de um trimestre, no período de 1 ano o custo será de 9.600,00. Se for utilizado 2 influenciadores simultâneos podendo os meses serem intercalados, este custo finalizaria em 19.200,00.

Afim de exemplificar o perfil de influenciadores, abaixo apresentamos alguns pesquisados:

**Figura 18 - Instagram**



Fonte: INSTAGRAM, 2022, *online*

Em relação aos riscos do projeto, podemos ter a não aderência do público ao assunto tratado pelo influenciador, com a realização de críticas ao assunto, situação a qual deveremos acompanhar com o influenciador contratado, a fim de criarmos estratégias alternativas para retorno de pontos que possam se tornar polêmicos. Aliás, este acompanhamento é de extrema importância, já que nesse mundo de rápida e intensa influência, o influenciador em questão pode envolver-se em outros assuntos ou parcerias que terminem por prejudicar sua imagem, popularmente conhecido como “*cancelamento*”, situação na qual precisaremos intervir, através de um redesenho da ação.

### 5.3 PILAR 2 – ALIANÇA COM ENTIDADES SOCIAIS

A principal aliança com entidades sociais que será buscada para tornar o projeto viável será com o Rotary, que é uma associação internacional que busca unir voluntários no mundo inteiro para prestar serviços humanitários e outras diversas ações sociais em âmbito internacional.

A escolha dessa instituição ocorreu após uma reunião com o diretor da unidade do SEST SENAT de Porto Alegre/RS, Pedro Fabrin, o qual nos destacou que o Rotary já havia procurado a unidade para buscar e identificar projetos que tenham por objetivo inserir jovens carentes no mercado de trabalho. No entanto, cabe destacar que a escolha do Rotary foi feita para o início do projeto, o que não impede que posteriormente outras associações ou instituições também venham a fazer parte do mesmo. Nesse momento buscamos atuar de forma mais objetiva, focando no projeto piloto local, através do Rotary, SEST SENAT Porto Alegre e FETRANSUL, os quais terão papéis distintos na aplicação do trabalho.

Através da parceria firmada com essa associação, iremos mapear as principais comunidades que serão foco para o início do projeto, sendo destacadas aquelas mais carentes e que já estão inseridas no ecossistema do SEST SENAT através dos inúmeros serviços por eles oferecidos.

A FETRANSUL será a representante das empresas do setor no projeto, buscando unificar os interesses e objetivos de todas as partes envolvidas, bem como intermediar e posteriormente viabilizar o acesso dos jovens ao mercado de trabalho através de suas empresas associadas. Os treinamentos e qualificações serão feitos pelo SEST SENAT, utilizando a estrutura que já existe atualmente, apenas

direcionando para o projeto em discussão, bem como auxiliando no diálogo e divulgação com os líderes das comunidades envolvidas nesse trabalho. Por fim, o papel do Rotary envolverá auxiliar a identificação dos jovens das comunidades participantes do projeto, bem como destacar e ajudar na divulgação.

Inicialmente o grande objetivo será identificar as comunidades com potencial número de jovens que estejam aptos a participar do projeto, além de divulgar para outras comunidades sobre as oportunidades para a profissão de motorista profissional. Esse trabalho será feito com alinhamento entre as comunidades envolvidas, SEST SENAT Porto Alegre, FETRANSUL e Rotary, buscando aproximar o setor com as lideranças do projeto.

Cabe destacar que o projeto não terá um custo inicial, uma vez iremos contar com o apoio do Rotary e SEST SENAT na busca dos jovens interessados em ingressar no mercado de trabalho, especialmente para exercer a profissão de motorista profissional no transporte rodoviário de cargas. Utilizaremos a estrutura da unidade de Porto Alegre do SEST SENAT, que já possui inúmeros cursos e treinamentos voltados para esse profissional, além dos programas de incentivos das diversas empresas que são associadas à FETRANSUL, como por exemplo para custear a CNH para futuros profissionais.

Sendo um projeto que nascerá sem custo algum e junto a entidades já estruturadas e consolidadas nesse âmbito do desenvolvimento, a viabilidade dele é muito grande, uma vez que será um projeto com baixíssimo risco para as partes envolvidas em caso de uma eventual dificuldade de execução. Além disso, cabe destacar que existe grande interesse por parte das empresas do transporte rodoviário de cargas na busca por profissionais qualificados, as quais estão ligadas à FETRANSUL, de forma que posteriormente pode ser avaliado um aporte através da FETRANSUL e suas empresas associadas objetivando ampliar e multiplicar a aderência de jovens ao mercado de trabalho.

Alinhadas as expectativas das principais entidades envolvidas e após identificadas as comunidades-alvo do projeto, será feito o trabalho de divulgação, apresentando o setor do transporte rodoviário de cargas no Brasil, as principais dificuldades e benefícios e, posteriormente, explanando especificamente sobre a profissão de motorista profissional exercida no transporte, desde o ingresso de um jovem no mercado de trabalho, até as etapas de treinamentos e qualificações, simuladores, cursos (especialmente aqueles que já são ofertados pelo SEST SENAT),

até o plano de carreiras, suas etapas e os diversos modelos e tipos de veículos que podem ser dirigidos pelo profissional em destaque. Essa etapa será conduzida pelo Rotary e SEST SENAT, tendo sempre como coordenação e apoio a FETRANSUL.

De forma objetiva, essa etapa trazida pelo pilar 2 (aliança com entidades sociais) será dividida em cinco grandes fases, vejamos:

**Quadro 6 - Resumo das ações**

<b>PILAR 2 - ALIANÇA COM ENTIDADES SOCIAIS</b>			
Realizar alianças com entidades que trabalhem o viés social, na busca de comunidades que precisem estimular seus jovens na busca de uma carreira, e através do nosso conhecimento e das oportunidades do TRC, educá-los e incentivá-los na busca da profissão de motoristas profissional.			
	<b>Ação</b>	<b>Objetivo da Ação</b>	<b>Status</b>
<b>Aliação Rotary</b>	Reuniões de alinhamento para escolha das comunidades com Rotary	Ouvir do parceiro sua visao sobre cada comunidade e onde o projeto seria melhor recebido	A desenvolver
	Reuniões de alinhamento com a comunidade escolhida	Definir a sistemática para aplicação do PILAR 3 nesses locais	
	Reuniões entre Rotary, Comunidade e Federação para alinhamento da divulgação da ação dentro da comunidade	Verificar através de cada realidade a forma mais assertiva de estruturarmos esta ação	
	Lançamanento do Projeto	Despertar o interesse no maior número de jovens através de uma ação de lançamento do projeto	
	Inscrições para fase PILAR 3	Efetivar lista de participantes	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

O grande objetivo dessa etapa do projeto é o alinhamento entre as lideranças envolvidas de cada entidade que farão parte da ação, bem como destacar o papel de cada uma dentro do projeto e organizar a forma de divulgação do trabalho para o público-alvo do projeto. Isso será feito após o entendimento com as lideranças da comunidade sobre perfil e os objetivos dos jovens que fazem parte dela, buscando a maior efetividade e aderência ao projeto, a partir das inscrições mencionadas no item 5 acima.

#### 5.4 PILAR 3 – CONSCIENTIZAÇÃO VIVENCIAL DOS JOVENS

Um pilar importante para a implantação do projeto é o trabalho com os jovens, uma geração que está chegando ao mercado e, segundo os resultados das pesquisas por nós realizada, demonstram interesse e enxergam a profissão como uma carreira a ser seguida, mas não possuem conhecimento das atividades de um motorista e também não está se direcionando à referida profissão no mercado de trabalho.

Na etapa de conscientização vivencial de jovens, temos dois grupos de ações a serem realizadas: Palestras sobre a profissão e exposição prática da profissão, conforme apresentado na tabela a seguir.

**Quadro 7 - Resumo das ações**

PILAR 3 - CONSCIENTIZAÇÃO VIVENCIAL DE JOVENS			
PARTE 1	Conteúdo	Objetivo do conteúdo	Local
Palestra sobre a profissão	O papel do motorista no cenário econômico	Valorizar este profissional	Escolas de Ensino Fundamental
	Formação necessária (Categorias B, C, D, E)	Mostrar como se tornar um motorista.	
	Diversos segmentos de atuação	Demonstrar a capilaridade da profissão.	
	Cenários e habilitações específicas (MOPP, indivisível...)	Apresentar as especificidades dos segmentos.	
	Cursos para desenvolvimento (Centronor, Fabet, SEST/SENAT)	Mostrar as oportunidades de como se qualificar no TRC.	
	Plano de carreira	Demonstrar a profissionalização da carreira de motorista.	
PARTE 2	Ação	Objetivo da ação	Local
OnBoard - Exposição do cavalo mecânico	Exposição de um cavalo mecânico	Demonstrar a grandiosidade de um equipamento utilizado para o exercício da profissão.	Escolas de Ensino Fundamental
	Tour Interno - acesso a cabine	Apresentar o funcionamento do equipamento e o futuro "ambiente de trabalho".	
	Demonstração de tecnologias - externo e interno	Criar afinidade entre a característica tecnológica das novas gerações com a atual realidade dos veículos.	
	Relato inspirador de um motorista profissional sobre seu dia a dia	Sensibilizar a reflexão sobre a possibilidade de escolha pela profissão.	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Nas palestras sobre a profissão, selecionamos escolas de ensino fundamental, médio e EJA, com o foco na rede estadual e municipal de bairros carentes, a exemplo da escola de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa, em Porto Alegre, um dos locais no qual realizamos a pesquisa. Conforme contato realizado com a diretora da escola, a mesma se mostrou muito aberta a este tipo de ação, inclusive se colocando à disposição para agendarmos horários para darmos início às palestras com os alunos.

**Figura 19 - Foto externa da escola de Ensino Fundamental Dr. Carlos Barbosa**



Fonte: GOOGLE., 2022, *online*

Serão encontros de uma hora e trinta minutos, realizados por profissionais ligados ao segmento do transporte rodoviário de cargas. Nesta estrutura apresentada, vamos falar sobre: A rotina do motorista no seu dia a dia e como ele é importante para o segmento do transporte rodoviário e para a economia do país, buscando aspectos que valorizem a profissão; abordaremos a necessidade de formação e como realizar esta parte burocrática; as diversas atividades que podem ser desempenhadas na profissão, como motorista de truck, carreta e cargas perigosas; as diferentes formações que podem ser realizadas após a retirada da carteira de habilitação, mostrando que o segmento tem muitas oportunidades e especificidades; alguns dos cursos que fornecem a formação adicional e necessária para as habilitações específicas; e, por fim, mostrar que a profissão engloba um plano de carreira, com a possibilidade de crescimento profissional e financeiro.

Esperamos, dessa forma, demonstrar as características da profissão de motorista profissional do transporte rodoviário de cargas e com isso aumentar o interesse dos jovens pela mesma, bem como apresentar os próximos passos necessários para dar sequência a esse interesse, para desta forma direcionar os jovens a cursos de formação necessários para a concretização da retirada da carteira de habilitação e a inserção no mercado de trabalho.



A fim de impulsionar e capilarizar as ações em diversas regiões do território nacional e para não deixar as ações regionalizadas na área de Porto Alegre, nossa proposta inclui parceria com entidades que têm presença em diferentes regiões do território nacional, caso da COMJOVEM, SEST SENAT e Federações. A COMJOVEM - do qual três membros deste grupo fazem parte - tem ações sociais em seu calendário anual, possibilitando assim parcerias com estes jovens empresários para irem palestrar em escolas da sua região. O SEST SENAT também sinalizou a disponibilidade de fornecer funcionários para ir em escolas próximas às suas sedes para conversar com as crianças. São ações pensadas em encantar os jovens com a presença de caminhões e a possibilidade de entrar e interagir com um veículo moderno e tecnológico.

Referente ao relato inspirador de um motorista profissional, este preferencialmente deve ser feito presencialmente, a fim de criar uma conexão maior com os jovens, mas entendemos que nem sempre será possível desta forma, então iremos utilizar a ferramenta de vídeo para gravar um relato real e inspirador para disponibilizar.

No tocante à exposição de um cavalo mecânico, este é imprescindível para esta etapa prática. A fim de garantir a disponibilidade de um veículo, esta ação será realizada junto ao núcleo da COMJOVEM de cada região, para desta forma a coordenação local, junto aos seus membros, ficarem responsável pelo empréstimo do veículo.

Em uma ação prática e dando continuidade às palestras, o SEST SENAT de Porto Alegre colocou à disposição do projeto a sua estrutura para uma visita guiada à instituição, ofertando inclusive o simulador de direção para ser usado pelos jovens. Esta será uma etapa “bônus” do projeto, pois entendemos que exige uma logística de levar as crianças até a unidade do local em dia não letivo, e o próprio SEST SENAT, conforme informado, consegue viabilizar estes deslocamentos.

**Figura 20 - Simulador do SEST SENAT**



Fonte: SEST SENAT, 2019, *online*

O foco desse pilar é inspirar e motivar jovens a enxergarem a profissão de motorista como uma escolha de futuro. Podemos, neste aspecto, considerar como um risco o número de jovens que não conseguiremos tocar, que mesmo após terem participado de todo programa, não identifiquem a profissão como promissora ou adequada a seu perfil.

Também temos como desafio o degrau posterior ao interesse, que seria a absorção destes jovens pelo segmento e o investimento necessário para qualificação técnica que a atividade exige. Discorreremos sobre isso abaixo.

## 5.5 ABSORÇÃO DE DEMANDA E POSSIBILIDADES DE CUSTEIO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA

Embora estejamos empenhados na captação, entendemos como pertinente abordar rapidamente neste trabalho a forma de absorção do segmento destes possíveis novos interessados, bem como possibilidades para custeio de uma habilitação técnica, que não o desembolso do próprio jovem e/ou família.

Como dito, podemos ter o SEST SENAT como grande aliado, a fim de absorverem estes jovens interessados, assim como já recebem a demanda atual. O SENAT é a entidade responsável por promover o desenvolvimento da aprendizagem no segmento do transporte. Sustenta-se através da arrecadação realizada pela receita

Federal na alíquota de 2,5% sobre empresas e os autônomos. Em seu site apontam o orçamento de 850 milhões ao ano, o qual investem em tecnologia, inovação e ampliação dos serviços, e é através da disponibilidade destes investimentos que podemos vincular a viabilidade da estruturação de projetos que sejam necessários serem desenvolvidos para atendimento das demandas do setor de transporte, como a demanda esperada por este projeto, que pretende, em seu fim, aumentar o número de interessados pela carreira de motorista.

Por semelhança, podemos validar a viabilidade de auxílio do SEST SENAT, analisando o ocorrido no projeto **Qualificação Profissional para Cobrador no Transporte Coletivo de Passageiros**, que teve como objetivo qualificar, gratuitamente, cobradores de ônibus ao ficarem defasados em sua função frente à crescente adoção da bilhetagem eletrônica nos ônibus urbanos. Os mesmos foram sensibilizados a seguirem em suas empresas, tendo a oportunidade de se tornarem motoristas e contribuindo para empregabilidade do setor.

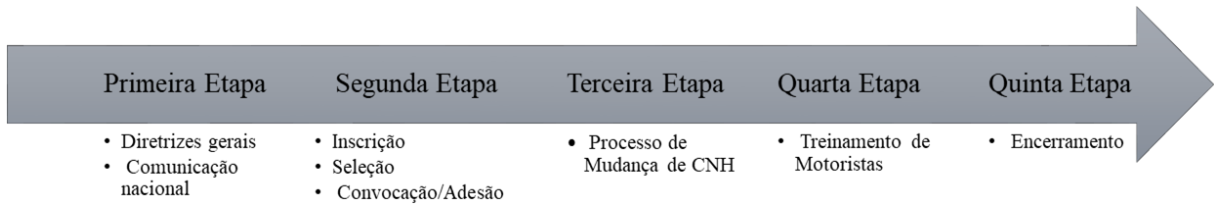
#### Quadro 8 - Projeto

##### PROJETO QUALIFICAÇÃO DE COBRADORES EM NÚMEROS

TOTAL DE VAGAS DISPONIBILIZADAS PARA PORTO ALEGRE	430
TOTAL DE VAGAS PREENCHIDAS	225
FASE: Encaminhados para realização de exame médico/psicológico	11
FASE: Encaminhados para a realização de curso prático	68
FASE: Encaminhados para a realização de curso prático (REPROVADOS)	38
FASE: Encaminhados para realização do curso de Transporte Coletivo de Passageiros	85
FASE: Cobradores aprovado no curso prático	09
FASE: Encaminhados para realização do exame toxicológico	19

Fonte: PASQUALINI, 2022, p. 1

Já neste projeto piloto, **Projeto Mudança de Categoria – Transporte Profissional**, que tem o objetivo promover a qualificação de empregados das 110 (cento e dez) maiores empresas contribuintes do SEST SENAT para atuarem como motoristas profissionais, foram ofertadas 220 (duzentas e vinte) vagas para a qualificação envolvendo o financiamento do processo de mudança de categoria de CNH de “B” para “C” ou “D”, “C” ou “D” para “E”, seguido da oferta dos cursos conforme o segmento de atuação da empresa. Para a Unidade do SEST SENAT, de Porto Alegre, foram disponibilizadas 06 (seis) vagas, os alunos da UO estão na terceira etapa do projeto. As etapas estão discriminadas no infográfico abaixo.

**Figura 21 - Etapas**

Fonte: PASQUALINI, 2022, p. 1

Esses são 2 programas que estão em andamento e que servem como exemplo de atuação do SEST SENAT, demonstrando que são viáveis ajustes para atendimento a uma demanda conforme interesse e resposta do mercado.

## 5.6 POSSIBILIDADES DE CUSTEIO DA CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

Queremos também já desdobrar algumas possibilidades que possam contribuir com a emissão da CNH de fato, pois as ações apresentadas de sensibilização da profissão envolvem um público economicamente não estabilizado, que se suportados por uma formação economicamente mais viável, tendem a efetivar de fato seu interesse e iniciar na profissão. Deixamos no quadro 9 algumas sugestões que podem ser viabilizadas em uma próxima oportunidade.

**Quadro 9 - Ações que podem contribuir para custeio de habilitação técnica para profissão de motorista**

Ação	Justificativas
<p><b>1 - Financiamento junto a Cooperativa de Crédito - Transpocred</b></p>	<p>Conforme consta no site da cooperativa, disponível em <a href="https://www.transpocred.coop.br/sua-cooperativa/a-cooperativa">https://www.transpocred.coop.br/sua-cooperativa/a-cooperativa</a>), a TRANSPOCRED (Cooperativa de Crédito dos Empresários e Empregados dos Transportes e Correios do Sul do Brasil) usa a frase “A cooperação pode transformar pessoas e a sua comunidade.”</p> <p>Eles relatam que desde 2006 vem atuando para oferecer aos cooperados ligados ao ramo de Transporte e suas áreas relacionadas, serviços financeiros diferenciados, que possibilitem um desenvolvimento sólido e sustentável da comunidade e segmento onde atua.</p> <p>A proposta em <b>criar uma Linha de crédito especial/parcelamento</b> com juros especiais para 1º habilitação ou troca de categoria, foi feita pelo grupo e aceita. O lançamento sobre a novidade irá ocorrer durante a Feira Transposul em Porto Alegre que acontece de 13 a 16 de junho de 2022.</p>
<p><b>2 - Detran</b></p>	<p>Firmar parceria com o órgão responsável pela emissão de habilitação técnica, buscando reduzir o valor da CNH para jovens dentro de uma faixa etária pré definida, e ainda uma articulação com os CFC’s para ajustes nos parcelamentos dos módulos teóricos e práticos.</p>
<p><b>3 - Projeto de lei para Subsídios Federais e abatimentos tributários</b></p>	<p>Politicamente poderia ser articulado alguma mudança da legislação que incentivasse as empresas a terem programas estruturados de subsídios a formação de novos motoristas profissionais, como a lei de incentivo a cultura.</p>
<p><b>4 - Fomentar o ingresso em empregos através de outros cargos do TRC</b></p>	<p>Muitas empresas de transporte tem financiado ou ainda subsidiado a CNH para funcionários que desenvolvem outras atividades operacionais como enlonador, auxiliar de carga e descarga, assistente de manutenção.</p> <p>Demonstrar que ingressar em uma empresa do TRC pode oportunizar uma futura oportunidade, pode ser um caminho de estímulo.</p>
<p><b>5 - Desenvolver programas de custeio pelo SEST SENAT</b></p>	<p>Através de projetos como <i>Qualificação Profissional para Cobrador no Transporte Coletivo de Passageiros</i> e <i>Mudança de Categoria – Transporte Profissional</i> podemos checar a viabilidade do SEST SENAT absorver as demandas que o mercado apresenta.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Sabemos que mudar algo no cenário político econômico não é uma tarefa fácil, afinal órgãos públicos e governo sobrevivem de impostos, arrecadações e muitos interesses. Quando há necessidade de se alterar leis e resoluções, como item 2 e 3 da tabela, a viabilidade dos projetos começa a se distanciar e o prazo de realização a se dilatar. Diante deste cenário, temos como aliado a FETRANSUL, com força para contribuir nessas articulações junto ao nosso Estado, e ainda um ótimo acesso a demais

Federações nacionais, com possibilidade de em algum momento expandir essa pauta, cientes de que se trataria de ações a médio e longo prazo.

As ações 1 e 4 seriam os caminhos mais rápidos a serem percorridos. O item 4, embora pareça simplório, pode ser um grande propulsor de auxílio a formação. Ele trata sobre promover e divulgar o quanto o setor privado constituído por empresas de transporte rodoviário de cargas, em virtude das dificuldades encontradas no mercado para contratação de mão de obra qualificada, vem desenvolvendo e aplicando programas de formação, capacitação e aperfeiçoamento de motoristas profissionais, investindo em cargos de instrutores internos, focados para instrução de motoristas habilitados tecnicamente, porém sem experiência de fato. Ainda há investimento na formação de funcionários que exerçam outras atividades, mas que queiram a postar na profissão.

Tem sido prática do setor privado a facilitação para emissão de CNH's, seja através do custeio ou ainda financiamento das mesmas, e posterior oportunidade de treinamento a estes funcionários, oportunizando o crescimento e contribuindo com a melhora da escassez de mão de obra encontrada nos dias atuais. Assim faz a ABC Cargas, oportunizando jovens de outros setores da empresa a conhecerem a estrada.

Capacitar para novas categorias de CNH é outra ferramenta utilizada. Utiliza-se o recrutamento interno, oportunizando ao funcionário o upgrade da sua carteira, e a oportunidade de condução de um veículo com capacidade remuneratória acima do atual, como conta a Scapini Transportes (FELTRIN, 2021).

O item 5, por ser referente ao SEST SENAT, foi abordado no tópico anterior, falando sobre a absorção destes jovens interessados. O SEST SENAT encontra-se aberto e preparado para se adaptar às demandas que apresentem oportunidades de melhoria e desenvolvimento ao setor.

## 5.7 CUSTEIO E RISCOS

No âmbito geral, o Projeto possui risco baixo e pouco relevante no que tange o desenvolvimento e aplicação das propostas de soluções apresentadas, conforme mencionado em cada pilar no capítulo anterior.

Toda a gestão das ações e investimento financeiro ficará a cargo da FETRANSUL que já está coordenando o trabalho. A tabela abaixo apresenta detalhes

sobre o custo de cada ação proposta, e também as já aplicadas através das sugestões do grupo, que iniciou o trabalho em outubro de 2021.

**Quadro 10 - Pilar 1 – Revitalização da imagem do motorista profissional**

<b>Ação</b>	<b>Risco</b>	<b>Contratação Fornecedor</b>	<b>Custo individual</b>	<b>Custo 12 meses</b>
<b>PILAR 1 - REVITALIZAÇÃO DA IMAGEM DO MOTORISTA PROFISSIONAL</b>				
<b>Criação da logomarca da Campanha Motorista de Futuro</b>	Baixo	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 500,00	R\$ 500,00
<b>Criação de layout para Campanha Motorista de Futuro: imagem de capa do Facebook, stories Instagram, flyer digital/impresso e banner impresso, com espaço para inserir a logomarca de empresas apoiadoras no projeto piloto</b>	Baixo	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 550,00	R\$ 550,00
<b>Página dentro do site <a href="http://www.fetransul.com.br">www.fetransul.com.br</a> onde o motorista e a empresa podem preencher o formulário de acordo com o seu interesse: <a href="http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo">www.fetransul.com.br/motoristadefuturo</a></b>	Relativamente baixo, pois o risco seria de não despertar interesse dos motoristas, o que não ocorrer, pois o número de formulários foi além do esperado.	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
<b>Software de gestão para conexão entre o motorista e a empresa para a página <a href="http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo">www.fetransul.com.br/motoristadefuturo</a></b>	Relativamente baixo. O sistema pode falhar, porém ajustes poderão ser feitos.	Contratação de dois colaboradores programadores que estão desenvolvendo o software no período de 3 meses	Hora de trabalho de cada profissional R\$ 60,00	R\$ 7.920,00
<b>Manutenção do Software de gestão</b>	Baixo	Empresa de TI	R\$ 400,00 mensal	R\$ 4.800,00
<b>Impulsioneamento nas redes sociais: Instagram e Facebook</b>	Baixo	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 700,00 por cada impulsionamento	R\$ 8.400,00
<b>Postagem em massa dos conteúdos, através de horários e datas Pré programadas</b>	Baixo	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 3.600,00
<b>Produção de vídeos com motoristas narrando suas experiências profissionais</b>	Médio. O motorista entrevistado pode não ter uma boa imagem e reputação diante da sociedade e colegas de profissão.	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 480,00 cada vídeo	R\$ 5.760,00

Continua...

Continuação

Convite as empresas para expandir a adesão ao projeto	Baixo	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 2.400,00
<b>Desenvolver vídeos com empresas falando de seus projetos internos de desenvolvimento de motoristas</b>	Médio. A empresa entrevistada, futuramente pode falir ou até mesmo ter a imagem prejudicada diante de alguma situação ou atitude no futuro.	Agência de Comunicação e Marketing	R\$ 480,00 cada vídeo	R\$ 5.760,00
<b>Contratação de 1 jovem influenciador digital que fale sobre lifestyle</b>	Não aderência do público ao assunto tratado pelo influenciador e também o risco de que o influenciador venha a ter uma atitude não aprovada pelos seus seguidores, sendo cancelados das redes.	Contratação de um influenciador	R\$ 1.200,00	R\$ 9.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 50.290,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Quadro 11 - Pilar 2 – Aliança com entidades sociais**

Ação	Risco	Contratação/ Fornecedor	Custo individual	Custo 12 meses
<b>PILAR 2 - ALIANÇA COM ENTIDADES SOCIAIS</b>				
Reuniões de alinhamento para escolha das comunidades com Rotary	Risco baixo.	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 4.800,00
Reuniões de alinhamento com a comunidade escolhida	Definir a sistemática para aplicação do PILAR 3 nesses locais.	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 4.800,00
Reuniões entre Rotary, Comunidade e Federação para alinhamento da divulgação da ação dentro da comunidade	Verificar através de cada realidade a forma mais assertiva de estruturarmos esta ação.	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 4.800,00
Planejamento para lançamento do Projeto	Despertar o interesse no maior número de jovens através de uma ação de lançamento do projeto.	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 4.000,00
Evento de lançamento do projeto	Risco baixo.	Fetran sul		R\$ 5.000,00
Inscrições para fase PILAR 3	Efetivar lista de participantes .	Colaborador Fetransul	R\$ 100,00 a hora de trabalho	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 23.900,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022



**Quadro 12 - Conscientização vivencial dos jovens**

Ação	Risco	Contratação/ Fornecedor	Custo individual	Custo 12 meses
<b>PILAR 3 - CONSCIENTIZAÇÃO VIVENCIAL DE JOVENS</b>				
Palestra Sobre a Profissão	Baixo Risco, devido a parceria junto a entidades do transporte	Membros ComJovem;	R\$ 200 a hora de trabalho	R\$ 19.200
OnBoard – Exposição do cavalo mecânico	Baixo Risco, devido a parceria junto a entidades do transporte	Veículo de carga; Motorista Profissional	R\$ 1.200 diária do caminhão R\$ 40 a hora de trabalho	R\$ 61.440
Visita guiada Sest/Senat	Risco elevado de jovens não irem as unidades	Instrutor do Sest/Senat	Sem custos	Sem custos
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 80.640</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

**Quadro 13 - Resumo do Custeio total do projeto Aplicativo**

<b>Resumo do custeio do Projeto Aplicativo</b>	
	<b>Custo médio anual</b>
Pilar 1	R\$ 50.290,00
Pilar 2	R\$ 23.900,00
Pilar 3	R\$ 80.640,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 154.830,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

## 6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Antes de tudo, é importante salientar que, além do estudo realizado para esse projeto, parte das ações propostas, que podemos considerar como base do programa já foram construídas e inclusive viabilizadas junto à FETRANSUL, que representa forte instituição de luta em prol dos interesses dos transportadores em nosso Estado - Rio Grande do Sul, além do prestígio e aliança em todo território nacional.

Nosso país e nossas empresas não podem continuar à mercê da falta de uma mão de obra tão especializada e importante para o giro da economia. É necessário investimento e a união da iniciativa privada com as entidades representativas do setor, que foi a via escolhida para aplicação deste projeto. Socialmente ainda há o impacto do desenvolvimento desta mão de obra, empregando e oportunizando muitos brasileiros a economicamente estruturarem suas famílias.

O resultado das pesquisas realizadas surpreendeu o grupo, pois diferente do que se imaginava, os jovens, apesar de não terem conhecimento sobre as atividades do motorista profissional, na sua maioria demonstraram interesse quando foram questionados sobre a possibilidade de participar de um programa de treinamento para futura vaga de motorista. Com base nesses resultados, foram traçadas as estratégias de viabilização da solução.

O apoio do SEST SENAT e do Rotary, também por se tratarem de instituições consolidadas no meio social, trazem robustez e consistência às propostas apresentadas. Este projeto focou no desenvolvimento de ações práticas que possam resolver o problema sobre a falta de mão de obra de motoristas profissionais a curto, médio e longo prazo. As estratégias vão desde ações online, como a utilização de redes sociais e site até a aproximação direta e presencial com os jovens. O presente trabalho foi muito além de apenas propor soluções para o problema: o grupo inicialmente alavancou o projeto com ações emergentes e institucionais, a fim de dar o *start* no projeto que posteriormente foi elaborado, lapidado e analisado com base nas pesquisas realizadas.

A proposta foi elaborada na região de abrangência da FETRANSUL, porém o modelo de solução apresentada poderá ser facilmente adaptado e coordenada pelas federações de outros Estados, visto que os principais parceiros como SEST SENAT e Rotary, estão presentes em todas as regiões do país. A COMJOVEM também possui

seus núcleos distribuídos em vários estados, tendo jovens empresários dispostos a auxiliar no desenvolvimento do setor de transportes.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, P. Salário líquido médio do brasileiro cai para R\$ 1.149 em 2021, aponta pesquisa. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, mar. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/salario-liquido-medio-do-brasileiro-cai-para-r-1-149-em-2021-aponta-pesquisa>. Acesso em: 27 abr. 2022.
- ALVES, G. Mão de obra está saindo do Brasil; entenda sobre movimento migratório que cresce. **FDR**, jan. 2022. Disponível em: <https://fdr.com.br/2022/01/03/mao-de-obra-esta-saindo-do-brasil-entenda-sobre-movimento-migratorio-que-cresce/#:~:text=Entre%202018%20e%202020%20o,no%20exterior%20de%20forma%20irregular>. Acesso em: 15 maio 2022.
- BAUMAN, Z. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BBC News Brasil. **Dia D**: por que o 6 de junho de 1944 mudou a história da humanidade. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-48526108>. Acesso em: 20 mar. 2022.
- CAMP, R. **Benchmarking** – O caminho da qualidade total. São Paulo: Pioneira, 1989.
- CARBINATTO, Bruno. **O que é a geração alpha?** 2022. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/coluna/guru/o-que-e-a-geracao-alpha/>. Acesso em: 18 abr. 2022.
- CARVALHO, José Meixa Crespo de. **Logística**. 3. ed. Lisboa: Edições Silabo, 2002.
- CATHO Comunicação. **Geração Z já é maioria no mercado de tecnologia**. 2022. Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/carreira/o-mercado-de-trabalho/geracao-z-ja-e-maioria-no-mercado-de-tecnologia/#:~:text=A%20Revelo%20realizou%20um%20levantamento,%2C%20com%2026%2C3%25>. Acesso em: 09 maio 2022.
- CENTRONOR - Centro de Treinamento e Qualificação de Motoristas. **Prog. de qualificação de motoristas**. 2022. Disponível em: <http://www.centronor.com.br/qualificacao-de-motoristas>. Acesso em: 10 maio 2022.
- CNT - Confederação Nacional do Transporte. Pesquisa CNT - Perfil dos Caminhoneiros 2019. Brasília: CNT, 2019. Disponível em: <https://www.cnt.org.br/perfil-dos-caminhoneiros>. Acesso em: 15 jan. 2022.
- CNT – Confederação Nacional do Transporte. **Radar CNT do transporte – PMS – abril 2022**. 2022. Disponível em: <https://cnt.org.br/documento/c07374d4-025a-442f-a8b3-c1fc04e760ef>. Acesso em: 20 abr. 2022.
- CNT - Confederação Nacional do Transporte. **Transporte se destaca como importante setor para a recuperação econômica do país**. 2022. Disponível em: <https://cnt.org.br/agencia-cnt/transporte-se-destaca-como-importante-setor-para-a-recuperacao-economica-do-pais>. Acesso em: 22 maio 2022.

CNT | SEST SENAT. **Pesquisa CNT de rodovias 2021**. 2021. Disponível em: <https://pesquisarodovias.cnt.org.br/apresentacao>. Acesso em: 05 abr. 2022.

COLET, Daniela Siqueira; MOZZATO, Anelise Rebelato. “Nativos digitais”: características atribuídas por gestores à Geração Z. **Desenvolve**: Revista de Gestão do UNILASALLE, Canoas, v. 8, n. 2, p. 25-40, jul. 2019.

DETRAN.SP. **Site**. 2022. Disponível em: <https://www.detran.sp.gov.br/wps/portal/portaldetran/cidadao/home>. Acesso em: 23 abr. 2022.

DIAS, Marco Aurélio. Como é o atual cenário da intermodalidade no Brasil e no mundo? Entenda!. **Gen. Negócios & Gestão**, maio. 2018. Disponível em: <https://gennegociosegestao.com.br/intermodalidade-no-brasil/#:~:text=Do%20ponto%20de%20vista%20econ%C3%B4mico,e%20descarga%20entre%20esses%20modais>. Acesso em: 20 mar. 2022.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Entrevista em profundidade. In: \_\_\_\_\_ (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

FABET - Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte. **Fabet nas empresas**. 2022. Disponível em: <http://www.fabetsc.com.br/fabet-para-empresas/>. Acesso em: 05 jun. 2022.

FACEBOOK. **Fetrasul**. 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/fetransulrs>. Acesso em: 03 maio 2022.

FELTRIN, A. **Por que os jovens não querem ser motorista de caminhão?** 2021. Disponível em: <https://estradao.estadao.com.br/caminhoes/por-que-os-jovens-nao-querem-ser-motorista-de-caminhao/>. Acesso em: 14 maio 2022.

FENABRAVE - Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores. **Março tem alta nos emplacamentos de veículos**. 2022. Disponível em: <http://www.fenabrave.org.br/portalv2/Noticia/17393>. Acesso em: 02 abr. 2022.

FETRANSUL - Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul. **Campanha motorista de futuro**. 2022. Disponível em: <http://www.fetransul.com.br/motoristadefuturo/>. Acesso em: 01 maio 2022.

GERBELLI, L. G. Falta de mão de obra qualificada afeta metade das indústrias do país. **G1**, fev. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/02/11/falta-de-mao-de-obra-qualificada-afeta-metade-das-industrias-do-pais.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 11. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

GONÇALVES, Cintia. **Geração Z no mercado de trabalho**. 2022. Disponível em: [https://gente.globo.com/geracao-z/assets/Scroll28\\_Geracao\\_Z\\_Mercado\\_de\\_trabalho.pdf](https://gente.globo.com/geracao-z/assets/Scroll28_Geracao_Z_Mercado_de_trabalho.pdf). Acesso em: 15 abr. 2022.

GOOGLE. **EEEE DR Carlos Barbosa Gonçalves**. 2022. Disponível em: [https://www.google.com.br/maps/place/EEEE+DR+CARLOS+BARBOSA+GONCALVES/@-29.9939626,-51.1982584,3a,75y,19.63h,90t/data=!3m7!1e1!3m5!1so3TbZrsfSzcaRqT8tS5Zfw!2e0!6shhttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3Do3TbZrsfSzcaRqT8tS5Zfw%26cb\\_client%3Dsearch.gws-prod.gps%26w%3D86%26h%3D86%26yaw%3D19.62657%26pitch%3D0%26thumbfov%3D100!7i16384!8i8192!4m5!3m4!1s0x951979f51d4f9d39:0xc9ef18c7eff9643c!8m2!3d-29.9937093!4d-51.1981542](https://www.google.com.br/maps/place/EEEE+DR+CARLOS+BARBOSA+GONCALVES/@-29.9939626,-51.1982584,3a,75y,19.63h,90t/data=!3m7!1e1!3m5!1so3TbZrsfSzcaRqT8tS5Zfw!2e0!6shhttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3Do3TbZrsfSzcaRqT8tS5Zfw%26cb_client%3Dsearch.gws-prod.gps%26w%3D86%26h%3D86%26yaw%3D19.62657%26pitch%3D0%26thumbfov%3D100!7i16384!8i8192!4m5!3m4!1s0x951979f51d4f9d39:0xc9ef18c7eff9643c!8m2!3d-29.9937093!4d-51.1981542). Acesso em: data.

GREEN 4T. **Tecnologia e o futuro do transporte de carga rodoviário**. 2022. Disponível em: <https://www.green4t.com/insights/tecnologia-e-o-futuro-do-transporte-de-carga-rodoviario/>. Acesso em: 07 abr. 2022.

INSTAGRAM. **Fetrasul**. 2022. Disponível em: <https://instagram.com/fetransulrs?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em: 03 maio 2022.

JUSBRASIL. **Artigo 235B do Decreto Lei nº 5.452 de 01 de maio de 1943**. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/27981342/artigo-235b-do-decreto-lei-n-5452-de-01-de-maio-de-1943>. Acesso em: 25 mar. 2022.

KIELING, Afrânio Rogério. **Roteiro de entrevista projeto aplicativo**. Entrevista concedida a Indiara Teixeira. Porto Alegre, 15 out. 2021.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2000.

MAISSEN, João Victor Chiaratti. **Quais as profissões mais procuradas pela geração Z? Hora da Facul**, jul. 2021. Disponível em: <https://horadafacul.vestibulares.com.br/mercado-de-trabalho/quais-as-profissoes-mais-procuradas-pela-geracao-z/>. Acesso em: 08 abr. 2022.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MEZACASA, A. S.; MARCHIORO, C. L.; ARRUDA, F. P. S.; BOSA, L. A.; SCARIOT, M.; SCAPINI, R. **Análise do interesse ou desinteresse dos jovens das novas gerações em exercer a função de motorista profissional**. 2020. 79 f. Projeto (Especialização em Gestão de Negócios) – Fundação Dom Cabral, Porto Alegre, RS, 2020. Disponível em:

<https://repositorio.itl.org.br/jspui/bitstream/123456789/446/1/An%c3%a1lise%20do%20interesse%20ou%20desinteresse%20dos%20jovens%20das%20novas%20gera%c3%a7%c3%b5es%20em%20exercer%20a%20fun%c3%a7%c3%a3o%20de%20motorista%20profissional.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MORETO, Alessandro Oliboni. **Informações para projeto aplicativo da turma de especialização em gestão de negócios**. Mensagem recebida por tais@unidao.com em 20 de maio de 2022.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 164-179.

NTU – Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos. **Transporte público por ônibus: 2 anos de impactos da pandemia de COVID-19**. Março/2020 a Fevereiro/2022. 2022. Disponível em:

[ntu.org.br/novo/upload/Publicacao/Pub637843145043004290.pdf](http://ntu.org.br/novo/upload/Publicacao/Pub637843145043004290.pdf). Acesso em: 05 abr. 2022.

OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. **Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PASQUALINI, Pedro Guilherme Fabbrin. **Material para vosso trabalho**. Mensagem recebida por [tais@unidao.com](mailto:tais@unidao.com) em 12 de maio de 2022.

PLUS Comunicação. **Impulsionamento nas redes sociais**. Mensagem recebida por tais@unidao.com em 25 de maio de 2022.

**Erro! A referência de hiperlink não é válida.**PONTOTEL. **Saiba como é a geração Z no mercado de trabalho**. 2020. Disponível em:

<https://www.pontotel.com.br/como-e-a-geracao-z/#4>. Acesso em: 15 maio 2022.

SEST SENAT - Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte. **O que é a escola de motoristas?** 2022. Disponível em:

<https://www.sestsenat.org.br/cursos/torne-se-um-motorista-profissional>. Acesso em: 12 abr. 2022.

SEST SENAT - Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte. Simulador de direção é uma das apostas do SET SENAT para 2019.

**Tribuna de Minas**, jan. 2019. Disponível em:

<https://tribunademinas.com.br/especiais/publieditoria/20-01-2019/simulador-de-direcao-e-uma-das-apostas-do-sest-senat-para-2019.html>. Acesso em: 12 abr. 2022.

SINDIPEÇAS | ABIPEÇAS. **Relatório da frota circulante 2022**. 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/tais.grassi/Desktop/RelatorioFrotaCirculante\\_2022.pdf](file:///C:/Users/tais.grassi/Desktop/RelatorioFrotaCirculante_2022.pdf). Acesso em: 12 julho 2022.

SOARES, Dulce Helena Penna. **O jovem e a escolha profissional**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1987.

SOUZA, C. B. P. **Evolução histórica do transporte de carga**. 2020. Disponível em: <https://portogente.com.br/portopedia/111710-evolucao-historica-do-transporte-de-carga>. Acesso em: 01 mar. 2022.

TECCHIO, Manuela. Geração Z terá diversas carreiras ao longo da vida e remuneração 'personalizada'. **CNN Brasil**, jan. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/geracao-z-tera-diversas-carreiras-ao-longo-da-vida-e-remuneracao-personalizada/>. Acesso em: 10 abr. 2022.

VALLE, A. **Como criar uma estratégia de marketing nas redes sociais**. 2020. Disponível em: <https://www.academiadomarketing.com.br/como-criar-uma-estrategia-de-marketing-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 25 maio 2022.

WATSON, G. **Benchmarking estratégico**. São Paulo: Makron, 1994.

YOUTUBE. **Sistema FETRANSUL**. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/sistemafetransul>. Acesso em: 28 maio 2022.

ZINGLER, F. M. **A falta de motoristas para as empresas do TRC**. 2020. Disponível em: <https://setcesp.org.br/wp-content/uploads/2020/09/Falta-de-motoristas-na-base-do-SETCESP-1.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2022.



**ANEXO A - Roteiro da entrevista com o presidente da Federação das Empresas de Logística de Transporte de Cargas no Rio Grande do Sul - FETRANSUL, Afrânio Rogério Kieling**

1 – Qual a realidade do setor de transportes hoje e os principais problemas que o setor de transportes enfrenta?

2 – Existe falta de mão de obra de motoristas profissionais do transporte rodoviário de cargas?

## ANEXO B - Questionário da pesquisa

### PESQUISA SOBRE A PROFISSÃO DO MOTORISTA PROFISSIONAL DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS (CAMINHÃO/FURGÃO)

A pesquisa acadêmica está sendo realizada pelos alunos do Curso de Pós-graduação em Gestão de Negócios da Fundação Dom Cabral, tem por objetivo mensurar o grau de **conhecimento e interesse em relação a profissão do motorista profissional do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)**. Sua colaboração será importante para o desenvolvimento do trabalho desenvolvido.

<b>IDADE</b>	
<b>SEXO</b>	

**1) Você possui conhecimento das atividades de um motorista profissional do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)?**

(  ) Sim                      (  ) Não

**2) Você sabia que a profissão está diretamente ligada a tecnologia?**

(  ) Sim                      (  ) Não

**3) Caso você fosse chamado para um programa de treinamento com a possibilidade de uma futura vaga nesse mercado de trabalho, você teria interesse em participar?**

(  ) Sim                      (  ) Não

**4)O que te levaria a escolher pela profissão de motorista profissional do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão)?**

(  ) Remuneração                      (  ) Oportunidade de conhecer vários lugares

(  ) Paixão pelo caminhão      (  ) Oportunidade de crescimento de carreira

(  ) Outros,

qual? \_\_\_\_\_

**5) Como você avalia a profissão do motorista do transporte rodoviário de cargas (caminhão/furgão) ?**

(  ) Muito boa                      (  ) Boa      (  ) Regular      (  ) Ruim      (  ) Muito Ruim

**Obrigada pela colaboração!**