UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF / FEA / FSP
Programa de Pós-Graduação Interunidades
em Nutrição Humana Aplicada – PRONUT

MARA ELAINE DE CASTRO SAMPAIO

Empreendedores e Qualidade de Vida no Trabalho:
um estudo sobre comportamento alimentar

São Paulo

2010

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF / FEA / FSP
Programa de Pós-Graduação Interunidades
em Nutrição Humana Aplicada – PRONUT

MARA ELAINE DE CASTRO SAMPAIO

Empreendedores e Qualidade de Vida no Trabalho:
um estudo sobre comportamento alimentar

Dissertação para obtenção do grau de Mestre
Orientador: Prof. Dr. Ana Cristina Limongi-França

São Paulo

2010

Ficha Catalográfica

Elaborada pela Divisão de Biblioteca e
Documentação do Conjunto das Químicas da USP.

S192e	<p>Sampaio, Mara Elaine de Castro</p> <p>Empreendedores e qualidade de vida no trabalho: um estudo sobre comportamento alimentar / Mara Elaine de Castro Sampaio. -- São Paulo, 2010. 206p.</p> <p>Dissertação (mestrado) - Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo. Departamento de Alimentos e Nutrição Experimental.</p> <p>Orientador: Limongi-França, Ana Cristina</p> <p>1. Nutrição : Adultos : Ciência dos alimentos 2. Qualidade de vida no trabalho : Aspectos sociais I. T. II. Limongi-França, Ana Cristina, orientador.</p> <p>641.1 CDD</p>
-------	--

MARA ELAINE DE CASTRO SAMPAIO

Empreendedores e Qualidade de Vida no Trabalho:
um estudo sobre comportamento alimentar

Comissão Julgadora
Dissertação para obtenção do grau de Mestre

Prof. Dr. Ana Cristina Limongi-França
(Orientador/Presidente)

1° Examinador

2° Examinador

São Paulo, ____ de _____ de 2010

A Zuzu, minha mãe, com quem aprendi a ser gente.

A Ricardo, meu marido, com quem aprendo a amar e ser feliz.

A meu pai e às minhas irmãs, que me dão o sentido de família.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho tem um importante significado em minha trajetória profissional: contribuiu muito para o resgate de alguns sonhos e minha realização pessoal. Às pessoas que, direta ou indiretamente, colaboraram para a sua elaboração, a minha estima e gratidão, em especial:

À minha Orientadora, Profa. Dra. Ana Cristina Limongi-França., por me incentivar e acreditar no meu trabalho, por ser referência de satisfação pessoal com a QVT e fonte de inspiração para minha vida profissional.

À Prof. Dra. Sonia Tucunduva Philippi, por ter me desvelado os caminhos da Nutrição e pela sabedoria e orientação.

À Prof. Dra. Aparecida Constantino, por suas preciosas e fundamentais críticas e sugestões para o aperfeiçoamento deste trabalho.

À equipe de profissionais do SEBRAE-SP e das INCUBADORAS, pela oportunidade de realizar esta pesquisa, em especial: Eliane Ruiz, Marcelo Dini, Marimar Guidorzi, Plácido Morelli, e Ana Maria Basílio.

À amiga Liana Peçanha, pela ajuda durante o curso e pelo apoio sempre presente para a execução deste trabalho.

À Raquel Zedan, amiga e companheira, por seu estímulo constante e sua preciosa colaboração na pesquisa de campo e na organização e análise dos dados.

Aos amigos, Eliana Puga, Marcelo Nakagawa, Patricia Masmo, Antonio Siqueira, Maria Luiza Schimidt, Yvette Datner, Fabiane Sant'Anna, Gisela Castanho, Sandra Freire, por estarem presentes em algum momento nesta empreitada.

Ao Ricardo Galuppo, pela cumplicidade, apoio e paciência durante este trajeto; sem falar pelas revisões e edição de texto, que me tornaram confiante para a realização deste trabalho.

À equipe da Secretaria da Pós-Graduação do PRONUT, Jorge, Elaine e Majô, do Comitê de Ética, pela acolhida e apoio.

À Profa. de inglês Nivia Marcello, pelo atendimento linguístico e ao Estatístico João Vinícius Carvalho, que me ajudou na tabulação.

À Profa. M. Aparecida F. Marcondes e Renata Tavares, pela preciosa ajuda na revisão e estruturação de texto.

O valor das coisas não está no tempo que elas demoram, mas na intensidade com que elas acontecem. Por isso existem momentos inesquecíveis, coisas inexplicáveis e pessoas incomparáveis.

Fernando Pessoa

SAMPAIO M. E.C. *Empreendedores e Qualidade de Vida no Trabalho*: Um Estudo sobre Comportamento Alimentar. 2010. Dissertação (Mestrado) -FCF/FEA/FSP/ PRONUT- Universidade de São Paulo, 2010.

RESUMO

Este trabalho apresenta a percepção de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) dos empreendedores que estão vinculados ao Programa de Incubadoras Tecnológicas do Estado de São Paulo. A principal contribuição foi a identificação da satisfação dos empreendedores com a QVT, nas dimensões biopsicossocial e organizacional, e o mapeamento do Comportamento Alimentar (CA). Para os empreendedores, a iniciativa de abrir seu próprio negócio está relacionada à busca de prazer no trabalho. A opção por empreender faz que aumente sua carga horária de trabalho, diminua as atividades de lazer e passatempo com familiares, além de deixar a atividade física e os cuidados com saúde postergados para um futuro incerto. Esse ritmo de trabalho afeta constantemente o modo de vida dos trabalhadores, inclusive a pausa para refeições. Foi realizada uma pesquisa exploratória descritiva pelos métodos quantitativo e qualitativo. Foram aplicados pessoalmente os questionários BPSO-96 para QVT e o Questionário de Hábitos Alimentares para CA. Os respondentes somam 72 empreendedores de Incubadoras de quatro municípios paulistas, uma amostra não-probabilística, sendo realizados três grupos focais. A maioria dos empreendedores da amostra são homens e estão com sobrepeso. Os resultados da Análise Fatorial não demonstram uma forte relação entre Comportamento Alimentar e QVT. Tanto os dados quantitativos quanto qualitativos mostram que os empreendedores percebem de forma positiva sua QVT. Percebem sua alimentação como saudável e estão satisfeitos com seu Comportamento Alimentar (CA). Pode-se, então, concluir que os empreendedores estão satisfeitos com sua QVT, principalmente, em sua dimensão organizacional e psicológica; atribuem à QVT um significado de realização pessoal, por estarem construindo sua empresa com sucesso. Foi identificada uma nova categoria habitabilidade como fator importante para a QVT. Não relacionam o Comportamento Alimentar à QVT. Possuem um padrão positivo de CA alinhado ao estilo de vida empresarial que possuem. Mesmo estando satisfeitos com sua alimentação, existe certa negligência com a dimensão *biológica* quando se trata da QVT, eles reconhecem uma não satisfação com relação às questões de promoção da saúde. Faz-se necessário investir em ações que promovam um desenvolvimento integrado das dimensões da QVT.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade de Vida no Trabalho (QVT); qualidade de vida; empreendedores; Comportamento Alimentar (CA); alimentação saudável;

SAMPAIO M.E.C. *Entrepreneurs and Quality of Work at Life: Study on Eating Behavior*. São Paulo - Brasil, 2010. [Applied Human Nutrition Program – University of Sao Paulo].

ABSTRACT

This work presents the perception of entrepreneurs' Quality of Work at Life (QWL) who are linked to the Technological Incubators Program of São Paulo. The main contribution was the identification of entrepreneurs satisfaction with the QWL, in the biopsychosocial and organizational dimensions, and the mapping of Eating Behavior (EB). For the entrepreneurs, the initiative of opening their own business is related to the search of pleasure at work. The entrepreneurial option increases their workload, decreases their leisure activities and pastime with relatives postponing physical activity and health care to an uncertain future. This working pace constantly affects the workers way of life, including meal breaks. An exploratory and descriptive research was carried out through quantitative and qualitative methods. Questionnaires BPSO-96 for QWL and the Eating Habits Questionnaire for EB were completed. Participants are 72 incubators from four cities in the state of São Paulo, a non-probabilistic sample, carried out in three focal groups. Most male entrepreneurs of the sample are overweight. The results of Factor Analysis do not reveal a strong relation between Food Behavior and QWL. Both quantitative and qualitative data show that the entrepreneurs notice their QWL in a positive way, and are satisfied with it. They believe their food is healthy and are satisfied with their Eating Behavior (EB). It can be concluded that the entrepreneurs are satisfied with their QWL, mainly in their organizational and psychological dimension; they regard QWL as self- fulfillment, as they are building their company successfully. It was identified a new category liveability as an important factor to QWL. The participants do not relate the Eating Behavior to the QWL. They have a positive pattern of EB adapted to their business lifestyle. Even being satisfied with their eating, there is a certain neglect with the *biological* dimension regarding QWL; they recognize a non-satisfaction concerning health issues promotion. It is necessary to an integrated development of the QWL dimensions.

KEY WORDS: Quality of Work at Life (QWL); life quality; entrepreneurs; Eating Behavior (EB); healthy eating;

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Cronologia do conceito de empreendedor	25
Quadro 2 – Sinopse de algumas definições sobre Qualidade de Vida no trabalho (QVT)	50
Quadro 3 – Níveis da Pirâmide de Alimentos (2.00kcal)	57
Quadro 4 – Índice de Massa Corporal (IMC)	60
Quadro 5 – Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa	75
Quadro 6 – Variáveis independentes: grau de satisfação dos empreendedores	79
Quadro 7 – Variáveis escolhidas para o estudo da percepção de QVT	80
Quadro 8 – variáveis qualitativas sobre o estado de tensão e expectativas de QVT	80
Quadro 9 – Variáveis dependentes: Dimensões conativa; cognitiva e emocional	81
Quadro 10 – Classificação Internacional do IMC de adultos: baixo peso, sobrepeso, obesidade	83
Quadro 11 – Distribuição dos questionários por incubadora	89
Quadro 12 – Síntese das aproximações e afastamentos entre Análise de Conteúdo e Análise do Discurso	93
Quadro 13 – Matriz de correlação entre as variáveis que medem QVT e Dados Demográficos	105
Quadro 14 – Matriz de correlação entre variáveis que medem CA e variáveis demográficas	106
Quadro 15 – Matriz de correlação entre variáveis que medem QVT e CA	107
Quadro 16 – Descrição dos fatores com carga fatorial de cada questão	109
Quadro 17 – Descrição dos itens agrupados no fator 1 e suas respectivas cargas fatoriais	110
Quadro 18 – Descrição dos itens agrupados no fator 2 e suas respectivas cargas fatoriais	111
Quadro 19 – Descrição dos itens agrupados no fator 3 e suas respectivas cargas fatoriais	111
Quadro 20 – Descrição dos itens agrupados no fator 4 e suas respectivas cargas fatoriais	112
Quadro 21 – Descrição dos itens agrupados no fator 5 e suas respectivas cargas fatoriais	112
Quadro 22 – Descrição dos itens agrupados no fator 6 e suas respectivas cargas fatoriais	113
Quadro 23 – Descrição dos itens agrupados no fator 7 e suas respectivas cargas fatoriais	113
Quadro 24 – Descrição dos itens agrupados no fator 8 e suas respectivas cargas fatoriais	114
Quadro 25 – Descrição dos itens agrupados no fator 9 e suas respectivas cargas fatoriais	115
Quadro 26 – Descrição dos itens agrupados no fator 10 e suas respectivas cargas fatoriais	115
Quadro 27 – Descrição dos itens agrupados no fator 11 e suas respectivas cargas fatoriais	116
Quadro 28 – Descrição dos itens agrupados no fator 12 e sua respectiva carga fatorial	116
Quadro 29 – Descrição dos itens agrupados no fator 13 e suas respectivas cargas fatoriais	117
Quadro 30 – Índice de satisfação de QVT dos empreendedores por questão	117
Quadro 31 – Escolha das palavras significantes para QVT	136
Quadro 32 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão cognitiva	139
Quadro 33 – Relação dos alimentos considerados saudáveis e não saudáveis	140
Quadro 34 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão conativa	141
Quadro 35 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão emocional	144
Quadro 36 – Grupo focal das incubadoras pesquisadas	149
Quadro 37 – Frases-chaves: categoria e manifestações	150

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estimativa da População Empreendedora	34
Tabela 2 – Taxa Media Do Brasil No Período De 2001 A 2008	35
Tabela 3 – Categorias do IBGE p/ classificação do IMC	83
Tabela 4 – Distribuição de empreendedores por incubadora	96
Tabela 5 – Distribuição em até 3 salários mínimos de renda mensal da população brasileira de ocupados	103
Tabela 6 – Coeficiente de Confiabilidade da Escala e número de itens	104
Tabela 7 – Coeficiente de Confiabilidade da Escala e número de itens	108
Tabela 8 – Questão 1: Imagem da empresa junto aos colaboradores ou parceiros	120
Tabela 9 – Questão 2: Oportunidade de treinamento e desenvolvimento profissional	121
Tabela 10 – Questão 3: Melhorias nos processos de trabalho e novas tecnologias	121
Tabela 11 – Questão 4: Qualidade dos procedimentos administrativos	122
Tabela 12 – Questão 5: Nível de comunicação interna	122
Tabela 13 – Atendimento do convênio médico	124
Tabela 14 – Oportunidade de realizar atividade física no trabalho	124
Tabela 15 – Qualidade das Refeições	125
Tabela 16 – Estado geral de saúde dos colegas e colaboradores	125
Tabela 17 – Prevenção a doenças (Cardíaca, obesidade, diabete etc.)	126
Tabela 18 – Forma de avaliação do desempenho do seu trabalho	127
Tabela 19 – Clima de camaradagem entre as pessoas	127
Tabela 20 – Oportunidade de crescimento do negócio	128
Tabela 21 – Satisfação com a renda pessoal	128
Tabela 22 – Ausência de interferência na vida pessoal	129
Tabela 23 – Oportunidade para distração e entretenimento	130
Tabela 24 – Interação com familiares	131
Tabela 25 – Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores	131
Tabela 26 – Qualidade da previdência privada	132
Tabela 27 – Investimento para Qualificação - cursos externos (Graduação, Pós-Graduação)	132
Tabela 28 – Sensação de bem-estar no trabalho	134
Tabela 29 – Estado geral de tensão (estresse) pessoal	134
Tabela 30 – Satisfação com o seu modo próprio de viver o dia a dia (estilo de vida)	135
Tabela 31 – Adequação das Ações de QVT da sua empresa para as suas necessidades pessoais	135
Tabela 32 – Importância da QVT para o resultado do seu trabalho	136
Tabela 33 – Distribuição pelo tempo dedicado às refeições	145
Tabela 34 – Distribuição de indivíduos segundo gênero e IMC	146
Tabela 35 – Medidas de posição e dispersão do IMC dos elementos amostrados	147

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – O Processo Empreendedor e Definições Operacionais do GEM	
Fonte: Transcrito de reynolds. et al., 2005(in: PASSOS, 2008).	34
FIGURA 2 – Manifestações culturais hierarquizadas - do superficial ao profundo (TOMEI,2008)	
Fonte Elaborado pela Autora com base em TOMEI (2008).	39
FIGURA 3 – Pirâmide dos Alimentos (2.000 Kcal)	
Fonte: Transcrito de Philippi, 2008.	57
FIGURA 4 – Diagrama da pesquisa (GIL,1996)	71
FIGURA 5 – Desenho do problema e hipótese (Elaborada pela autora)	76

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Classificação por localização das Incubadoras	96
Gráfico 2 – Classificação por faixa etária	97
Gráfico 3 – Classificação por estado civil	98
Gráfico 4 – Classificação por número de dependentes	98
Gráfico 5 – Classificação por raça	99
Gráfico 6 – Classificação por escolaridade	100
Gráfico 7 – Classificação por porte da empresa	100
Gráfico 8 – Classificação por setor de atuação empresarial	101
Gráfico 9 – Classificação por tempo de existência da empresa	102
Gráfico 10 – Classificação por renda pessoal	103
Gráfico 11 – Comparação global de satisfação fator likert	119
Gráfico 12 – Dimensão Organizacional da QVT	120
Gráfico 13 – Dimensão biológica da QVT	123
Gráfico 14 – Dimensão psicológica da QVT	126
Gráfico 15 – Dimensão social da QVT	130
Gráfico 16 – Dimensão percepção pessoal da QVT	133
Gráfico 17 – Incidência em porcentagem das palavras significante para QVT	137
Gráfico 18 – Distribuição percentual de respostas para o diagnóstico de doenças crônicas não transmissíveis – DCNT	138
Gráfico 19 – Distribuição de percentual para as diferentes ocorrências sobre saúde	138
Gráfico 20 – distribuição de respostas por locais de maior frequência no almoço	142
Gráfico 21 – Distribuição de respostas por locais de maior frequência para o jantar	142
Gráfico 22 – Distribuição percentual de respostas afirmativas para diferentes modos de fazer as refeições	143
Gráfico 23 – Porcentagem das lembranças relacionadas à comida	145
Gráfico 24 – Distribuição da amostra por sexo e segundo faixa de IMC com valores em %.	147
Gráfico 25 – Distribuição da amostra nas faixas de IMC	148

LISTA DE SIGLAS

AF	Análise Fatorial
AIDS	Acquired Immunodeficiency Syndrome
ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CA	Comportamento Alimentar
CECOMPI	Centro para a Competitividade e Inovação do Cone Leste
CIETEC	Centro Incubador de Empresas Tecnológicas
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
DCNT	Doenças Crônicas não Transmissíveis
EG	Estratégia Global
EUA	Estados Unidos da América
FEA/USP	Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GERA	Global Entrepreneurship Research Association
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
IEBESC	Incubadora de São Bernardo do Campo
IMC	Índice de Massa Corporal
OIT	Organização Mundial do Trabalho
OMS	Organização Mundial de Saúde
PIACT	Programa Internacional para Melhoramento das Condições e do Ambiente de Trabalho
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
PRONUT	Programa de Pós-graduação em Nutrição Humana Aplicada
QVT	Qualidade de Vida no Trabalho
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TEA	Taxa de Atividade Empreendedora
TI	Tecnologia da informação
USAID	Agência Internacional para o Desenvolvimento
UNIVAP	Universidade do Vale do Paraíba
USDA	United States Department Agriculture
VIGITEL	Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 OBJETIVOS	21
2.1 Objetivo geral	21
2.2 Objetivos Específicos	21
3 FUNDAMENTAÇÃO CONCEITUAL	23
3.1 Empreendedores e Empreendedorismo	23
3.1.1 Empreendedorismo no Brasil	32
3.1.2 Cultura empreendedora	37
3.2 Qualidade de Vida no Trabalho	44
3.2.1 Significado do trabalho e bem-estar	44
3.2.2 A evolução do conceito de Qualidade de Vida no Trabalho	47
3.3 Alimentação e Nutrição	54
3.3.1 Comportamento Alimentar	61
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	71
4.1 Natureza e método	72
4.1.1 Método de pesquisa	73
4.1.2 Quantitativa e Qualitativa	73
4.2 Desenho do problema	76
4.2.1 Hipóteses e pressupostos de pesquisa	76
4.3 População de estudo	77
4.3.1 Amostra	77
4.4 Definição das variáveis	78
4.4.1 As Variáveis Demográfica, Socioeconômica e Nutricional	82
4.4.2 Variável da Qualidade de Vida no Trabalho	84
4.4.3 Variável de Comportamento Alimentar	84
4.5. Instrumentos de Mensuração	84
4.5.1 Questionário	84
4.5.2 Grupo Focal	85
4.6 Pré- Teste	88
4.7 Coleta dos Dados	88
4.8 Análise dos Resultados	89
4.8.1 Análise Descritiva	89
4.8.2 Análise de Dados	92

4.9 Aspectos Éticos	94
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	95
5.1 Caracterização da amostra	96
5.2 Apresentação e análise dos resultados	104
5.2.1 Análise da consistência interna entre as variáveis	104
5.2.2 Relações entre as respostas sobre a QVT dos indivíduos amostrados	105
5.3 Análise descritiva dos dados sobre Qualidade de Vida no Trabalho	117
5.3.1 Dimensão Organizacional	119
5.3.2 Dimensão Biológica	123
5.3.3 Dimensão Psicológica	126
5.3.4 Dimensão Social da QVT	129
5.3.5 Dimensão Percepção Pessoal da QVT	133
5.3.6 Conceito de Qualidade de Vida no Trabalho	136
5.3.7 Saúde e doença	137
5.4 Comportamento Alimentar	139
5.5 Índice de Massa Corporal	146
5.6 Resultados e análise do grupo focal	149
5.6.1 Qualidade de Vida no Trabalho – QVT	151
5.6.2 Comportamento Alimentar	159
5.6.3 Opinião sobre o grupo focal	163
CONCLUSÕES	165
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	169
APÊNDICE	181
ANEXOS	197

1

INTRODUÇÃO

A idéia de qualidade de vida está presente nas atividades pessoais para o empreendedor – e não relacionada com seu cotidiano profissional. Para muitos, a iniciativa de abrir um negócio próprio se relaciona com a busca de prazer no trabalho, com a idéia de poder sobreviver fazendo uma atividade prazerosa. Indica a possibilidade de livrar-se da convivência com o chefe que, em muitos casos, é vista como negativa no ambiente profissional. A opção por empreender, muitas vezes, faz que a pessoa aumente a carga horária de trabalho; diminua as atividades de lazer e passatempo com a família; e deixe a atividade física e os cuidados com saúde postergados para um futuro incerto.

Recentemente têm sido produzidas pesquisas e reportagens que atribuem ao empreendedor a necessidade de melhorar sua qualidade de vida e seu bem-estar, principalmente, através do equilíbrio entre vida pessoal e trabalho (BARON, 2007; MELLO, 2006). O mundo do trabalho atual é caracterizado pela grande competitividade entre as empresas e pela intensa pressão, dentro das organizações, pelo aumento da produtividade e pela redução de custos de produção. As mudanças são rotineiras e a incerteza quanto ao futuro é frequente – e isto tem exigido um ritmo de trabalho acelerado, especialmente, dos profissionais que ocupam postos estratégicos e de comando nas organizações. O ritmo frenético de trabalho afeta o modo de vida das pessoas. O esforço de adaptação às exigências do mercado provoca uma grande insa-

tisfação com a qualidade de vida, além de gerar problemas graves de saúde, como estresse, hipertensão, entre outros.

Empreendedores são, por consequência da natureza de sua atividade, trabalhadores que dispõem de maior autonomia na definição de sua rotina diária, tanto de trabalho como na vida pessoal. Por serem proprietários de seu negócio, eles podem, a princípio, estabelecer horários destinados às diversas atividades cotidianas. Podem definir o horário das refeições, além de reservar tempo para as atividades físicas, para as relações sociais e para todas as ações relativas a seu bem-estar como trabalhador.

Porém, as exigências, de um mercado competitivo, em funcionamento em tempo integral, fazem que o empreendedor, como os demais trabalhadores, viva sobrecarregado e invista a maior parte de seu tempo no trabalho, adaptando-se a um estilo que, na maioria das vezes, não propicia uma vida saudável. A QVT não é uma preocupação do homem moderno. Ela acompanha a humanidade desde o início de sua existência e, em diferentes épocas, foi apresentada por estudiosos com outros nomes. Mas sempre esteve voltada para facilitar ou trazer satisfação e bem-estar ao trabalhador (SCHIMIDT, 2006).

Todas as dimensões da vida humana, em seus aspectos biopsicossociais, são afetadas de forma negativa por este ritmo de vida acelerado. Uma das principais atividades cotidianas relacionada à QVT, a pausa para refeições, foi visivelmente comprometida pelas novas exigências do mercado. Com a intenção de adaptar-se a essa dinâmica de trabalho, as pessoas passam a dedicar menos tempo à alimentação – e isso se traduz, também, na baixa preocupação com o valor nutritivo das refeições. Um exemplo disso é o grande número de restaurantes “por quilo”, *fast-food* e *delivery* que proliferaram nas regiões de maior concentração de trabalhadores, com a intenção de atender o trabalhador no pouco tempo de que ele dispõe para as refeições. A grande variedade de opções não só de estabelecimentos, mas também dos alimentos que eles oferecem proporcionam uma sensação de liberdade de escolha que, nem sempre, corresponde à prática de uma boa alimentação.

A proposta deste estudo é investigar a percepção de Qualidade de Vida no Trabalho e o Comportamento Alimentar (CA) dos empreendedores durante suas atividades empresariais. As perguntas que servirão como ponto de partida para a investigação são:

- Como o empreendedor percebe sua qualidade de vida?
- Que significado ele atribui à sua Qualidade de Vida no Trabalho?
- Como é o padrão de Comportamento Alimentar do empreendedor?
- Quais são seus hábitos alimentares durante período de trabalho?
- Como relaciona Comportamento Alimentar à Qualidade de Vida no Trabalho?

O tema deste estudo está inserido na confluência das áreas de Nutrição, Administração de Empresa e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT). Este estudo enfoca o conhecimento relativo desta população quanto a esses aspectos. A QVT entende a pessoa de forma sistêmica e integral com as dimensões biopsicossociais e, por se tratar do mundo do trabalho, fundamentalmente, a dimensão organizacional (LIMONGI-FRANÇA, 1997)

A satisfação com o bem-estar pessoal e as condições de trabalho, no âmbito organizacional, devem propiciar ao trabalhador condições positivas de desempenho de suas funções. A interferência de fatores envolvidos nessa relação de equilíbrio sempre esteve presente no ambiente de trabalho, ora afetando a saúde física e mental das pessoas, ora afetando a produtividade e lucratividade das empresas. O conceito de QVT atualmente passa por noções de motivação, satisfação, saúde e segurança no trabalho e envolve recentes discussões sobre novas formas de organização do trabalho e novas tecnologias. (SCHIMIDT, 2006)

Muitos estudos sobre a qualidade de vida do trabalhador têm sido realizados em diversas disciplinas, como, por exemplo: Administração, Saúde, Psicologia, Nutrição. A satisfação no trabalho é considerada um dos indicadores de QVT e sua medida tem sido utilizada em estudos no Brasil e no exterior (SCHIMIDT, 2006). São fundamentais a importância e a relevância destes estudos no acompanhamento do risco para a saúde, assim como do bem-estar do trabalhador. Atualmente, existe uma grande preocupação de pesquisadores e dirigentes de saúde pública com as Doenças Crônicas não Transmissíveis (DCNT), principalmente com a obesidade, a hipertensão arterial e o diabetes.

Os fatores que levam às DCNT estão relacionados com o comportamento alimentar – que se caracteriza pelos aspectos nutricionais e atitudinais relacionados ao ato de se alimentar. Isso inclui desde porções adequadas à capacidade gástrica até o ambiente onde serão realizadas as refeições. Devem-se considerar fatores nutricionais, emocionais e sociais para a promoção de uma qualidade de vida saudável (PHILIPPI, 2003).

Portanto, o tipo de alimento; o tempo dedicado às refeições; e a percepção da importância da alimentação, entre as demais atividades realizadas durante o período de trabalho, são elementos fundamentais para compreender tanto o estilo de vida do empreendedor quanto suas ações de preservação da saúde. O conhecimento do comportamento alimentar dos empreendedores poderá contribuir para a reeducação alimentar desses profissionais, influenciando em sua qualidade de vida.

Os empreendedores, por serem proprietários e em alguns casos lideranças empresariais, têm grande contribuição na determinação de padrão e modelo de trabalho de suas organizações e podem, além de individualmente desenvolver atitudes de vida saudável, estimular ações de QVT e, por consequência, mudanças no Comportamento Alimentar de seu grupo de influência empresarial.

Visando atender aos objetivos propostos, este estudo está estruturado apresentando: no segundo capítulo - “Objetivos Gerais e Específicos”. No terceiro capítulo - “Fundamentação Teórica” - apresenta-se uma revisão da literatura específica sobre as definições e a evolução conceitual de Qualidade de Vida no Trabalho-QVT, e os significados de: Empreendedorismo e Cultura Empreendedora; Nutrição e Comportamento Alimentar-CA. No quarto capítulo - “Procedimentos Metodológicos” - foi justificada a escolha metodológica, apresentando o desenho do problema, a escolha das variáveis, os instrumentos utilizados para coleta dos dados. No quinto capítulo - “Resultados e Discussão” - foram apresentados os dados obtidos, resultados analisados e discutidos em relação ao referencial teórico. E, finalmente, no sexto capítulo - “Conclusões”, são apresentadas as considerações finais, apontadas as limitações do estudo e as recomendações para estudos futuros.

2.1 OBJETIVO GERAL

- Conhecer a percepção dos Empreendedores quanto à sua concepção de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT); e conhecer as possíveis relações entre a percepção de QVT o Comportamento Alimentar (CA).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar as crenças e os hábitos alimentares dos Empreendedores: horários de alimentação; tipo de alimento que ingere; e quantidade de porções diárias;
- Conhecer a concepção de Qualidade de Vida no Trabalho.

3.1 EMPREENDEDORES E EMPREENDEDORISMO

O empreendedor assume no mundo atual um papel econômico importante, um novo tipo de trabalhador e gerador de novos empregos. Assim, conhecer sua qualidade de vida e os fatores prioritários em sua relação com o trabalho, é de grande importância social.

Empreendedorismo pode ser concebido como estudo relativo ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Existe uma diversidade de opinião entre os pesquisadores sobre o assunto, tanto nas definições conceituais como nas formações acadêmicas destes estudiosos. Hashimoto (2006) apresenta uma das formas de classificação dos estudos, criada pela Harvard Business School, dividindo os autores em três linhas, por área de conhecimento:

- *Economistas*: concentram seus estudos nos resultados das ações empreendedoras.
- *Psicólogos e sociólogos*: abordam o empreendedor como indivíduo, suas motivações, atitudes e ambiente.
- *Administradores*: o foco de pesquisa está nas habilidades gerenciais, metodologias e ferramentas para atingirem objetivos e resolver problemas.

Outra forma de explicar o empreendedorismo é através de um conjunto de três vertentes:

- *O processo de criar e gerir um negócio*, que agrega métodos, instrumentos e conhecimentos para abertura e gestão de novas empresas;
- *A capacidade individual de empreender*, ser capaz de identificar oportunidades e ter iniciativa para buscar e implementar soluções inovadoras a problemas econômicos;
- *O desenvolvimento de uma ambiência* para cultura empreendedora, que engloba ações institucionais e iniciativas governamentais, para estimular o desenvolvimento econômico.

Para Baron (2007, p.10), empreendedorismo deve ser entendido como processo com várias fases distintas. Este autor define como

Um campo de estudo que busca entender como surgem as oportunidades para criar novos produtos ou serviços, novos mercados, processos de produção, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como são descobertas por pessoas específicas, que então usam vários meios para explorá-las e desenvolve-las.

Na mesma linha de estudo em que o empreendedorismo é mais visto como processo que um evento único, o *Entrepreneurship Center* da Universidade de Miami define empreendedorismo como:

Processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma idéia para a vida. A visão pode ser uma idéia inovadora, uma oportunidade ou simplesmente a forma melhor de fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de incerteza considerável.” (SARKAR,2009,p.31)

O conceito de empreendedorismo vem da palavra inglesa *entrepreneurship*, a qual é uma expressão derivada da palavra francesa “*entrepreneur*”, com o sufixo inglês “*ship*”, e é geralmente traduzida como “espírito empreendedor”, ou “força empreendedora”. Este termo é a principal referência para as traduções e para a conceituação de empreendedorismo (DRUCKER, 2005).

Qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e comportar-se de forma empreendedora. O empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade. Suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição. (p. 34)

O termo empreendedor tem origem na língua francesa e se refere à pessoa que começa algo novo. Pelo *Dicionário Michaelis* (1998), como substantivo, é: (1) Aquele que empreende. (2) Aquele que toma a seu cargo uma empresa”. Existem diferentes concepções do termo na literatura, esta diversidade se deve ao fato do empreendedorismo ser um campo de interesse de pesquisadores de diversas disciplinas, como a Economia, a Administração, a Sociologia e a Psicologia, principalmente pelos profissionais de abordagem comportamentalistas.

No *Dicionário de Ciências Sociais* (SILVA, 1986, p. 395), o termo empreendedor, designa:

A pessoa que exerce total ou parcialmente as funções de: iniciar, coordenar, controlar e instituir modificações importantes numa empresa comercial e/ou arcar com os riscos de seu funcionamento, decorrente da natureza dinâmica da sociedade e do conhecimento imperfeito do futuro, riscos estes que não podem ser convertido em certos custos através de transferência, cálculo ou eliminação.

O Quadro 1 apresenta a evolução do conceito de empreendedor em ordem cronológica.

Quadro 1 – Cronologia do conceito de empreendedor

Data	Pesquisador	Conceito de Empreendedor
1755	Richard Cantillon	Compra uma mercadoria e vende a um preço incerto, auferindo um lucro inesperado.
1776	Adam Smith	Reage às alterações da economia como: agentes econômicos que transformam procura em oferta.
1848	John Stuart Mill	Corre riscos e toma decisões para lançamento de novos negócios.
1871	Carl Menger	Transforma recursos em produtos úteis.
1803	Jean Batiste Say	Transfere recursos de setores de baixa produtividade para setores de elevada produtividade e lucratividade.
1921	Knight	Pessoas capazes de assumir riscos em situações de incertezas.
1942	Schumpeter	Aplica uma inovação no contexto de negócio.
1972	David MacClelland	Motivados pela realização e com características de comportamentos específicas.
1968	Leibenstein	Agente de intermediação e de criação de redes.
1990	Peter Drucker	São inovadores e exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente.
1982	Kirzner	Coloca o mercado em equilíbrio, atento para oportunidades de negócio lucrativas.

continua

continuação

Data	Pesquisador	Conceito de Empreendedor
1990	Jeffry Timmon's	Capaz de identificar, agarrar e aproveitar a oportunidade para transformá-la em negócio.
1998	Carton Hofer e Meeks	Identifica oportunidade, cria e é responsável pela performance de da organização.
2000	Louis Fillion	Imagina e desenvolve visão.
2003	Lowrey	Indivíduo com perpétuo desejo de realização.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Sarkas (2009); Dornelas (2001); Dolabela (1999).

As primeiras definições do termo empreendedor foram atribuídas a Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803). Ambos economistas e banqueiros na França são considerados os pioneiros no uso do termo como conceito. Eles entendem o empreendedor como aquele que cria novas empresas e as gerencia. Para Cantillon, o empreendedor é uma pessoa com capacidade de identificar oportunidades e correr riscos nos negócios. Mais tarde, Say o identifica como um inovador e um agente de mudanças (DORNELAS, 2001).

No século XX, a concepção do empreendedor como um agente inovador foi retomada por Schumpeter (1949). Professor de economia da Harvard Scholl, ele define o empreendedor como “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. Schumpeter foi o primeiro economista importante a identificá-lo como um agente econômico, provocador do desequilíbrio dinâmico. Ele considerou, ainda, que o empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócio. (DORNELAS, 2001).

O empreendedor é visto como aquele que tem a função de realizar novas combinações na criação de um empreendimento. Para Schumpeter (1982), ela engloba cinco casos:

- Introdução de um novo bem;
- Introdução de um novo método de produção;
- Abertura de um novo mercado;
- Conquista de nova fonte de matéria-prima;
- Estabelecimento de uma nova organização.

Schumpeter (1982), considera que a função econômica do empreendedor não é apenas o veículo de contínua reorganização do sistema, mas também o veículo de mudança contínua, da destruição pela concorrência de negócios antigos. Para ele, um empreendimento “novo não nasce do velho, mas aparece ao lado deste e o elimina na concorrência” (1982, p. 143).

[...] a função do empresário é reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou fabricação de uma antiga em forma moderna [...]. (SCHUMPETER, 1961, p.166)

A definição de empreendedor de Schumpeter remonta a J. B. Say, para quem a função do empreendedor é a combinação de fatores produtivos: “Essa função, aliás, não consiste essencialmente em inventar coisa alguma ou criar condições que as empresas explorem, mas em conseguir resultados” (1961, p. 167).

Para Peter Drucker (2005), importante estudioso e analista da administração moderna, o empreendedor está sempre buscando a mudança e reage a ela como uma oportunidade para criar um empreendimento. Embora o termo empreender tenha, originado na economia, para este autor, o “espírito empreendedor” pode atuar em todas as áreas da atividade humana, gerando valor econômico ou social: “O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente” (2005, p. 25). Assim, o empreendedor inova e cria riquezas qualquer que seja a esfera em que atue.

Seguindo esta mesma corrente de pensamento de Schumpeter, a visão de Peter Drucker considera os empreendedores como indivíduos inovadores. Para ele, “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente” (2005, p. 25).

Alguns estudos na linha sociológica procuraram encontrar explicações para o empreendedorismo nas estruturas sociais, entendendo como fenômeno grupal. Max Weber (1982) foi pioneiro nesta abordagem descrevendo a importância dos valores e da ideologia de um grupo

no surgimento da atitude empreendedora, em seus estudos sobre a influência do Protestantismo no desenvolvimento do capitalismo.

Segundo Magalhães (2007), estudos inspirados na sociologia de autores, como Swedberg (2003), a análise do empreendedorismo é feita com o auxílio da teoria das redes. Esta corrente de pensamento procura associar recursos disponíveis através da conexão de diferentes redes, que operam de maneira isolada ou interdependente, indicando que é a estrutura da economia regional que tem a chave do sucesso, como, por exemplo, o Vale do Silício nos Estados Unidos. Outra vertente estuda o papel dos sistemas produtivos locais na geração de um certo tipo de empreendedorismo. O marco é o estudo do sociólogo italiano Arnaldo Bagnasco (1997). O argumento principal está na relação entre a distribuição espacial, o grande número de pequenas e médias empresas, associadas a uma forte base familiar entre as unidades de produção agrícola e urbana, em que criam um sistema integrado de produção com base na colaboração e confiança, como a região de Emília-Romana na chamada Terceira Itália.

Na área da Psicologia é importante destacar a pesquisa realizada por David McClelland na década de 1950. Pesquisador de linha comportamentalistas, foi o primeiro a associar a motivação dos empreendedores à necessidade de realização – e, também, a definir as características de comportamento próprias de quem empreende com o intuito de encontrar um perfil psicológico do empreendedor bem-sucedido. Como pesquisador de motivação humana, McClelland em um de seus estudos demonstra como os seres humanos valorizam seus “heróis” e tendem a repetir modelos com os quais se identificam. Dessa forma, o empreendedor de sucesso passa a ser um modelo social que poderá influenciar na formação da identidade de outras pessoas de seu grupo social (FILION, 1999; LENZI, 2008).

Na década de 1980, em uma pesquisa patrocinada pela Agência Internacional para o Desenvolvimento (USAID), para identificar as características pessoais em empreendedores de diferentes culturas, concluiu o trabalho com a identificação de 20 características básicas presentes em pessoas bem-sucedidas nos negócios (HONMA, 2007).

Cooley (1990), com base nas pesquisas de David McClelland (c.1950), desenvolveu um modelo de competências com adaptações voltadas especificamente para empreendedores, reduzindo para 10 características básicas que podem diferenciar empreendedores bem-sucedidos de outros. O modelo revisado de Cooley é utilizado em programas de capacitação dos empreendedores, como o EMPRETEC aplicado no Brasil pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Atualmente diversos estudiosos têm utilizado o conjunto de características de comportamento empreendedor definido por ele. São elas (HONMA, 2007):

- Busca de oportunidade e iniciativa;
- Persistência;
- Correr riscos calculados;
- Comprometimento;
- Busca de informações;
- Estabelecimento de metas;
- Planejamento e monitoramento;
- Persuasão e rede de contatos;
- Independência e autoconfiança

As pesquisas dos autores comportamentalistas no campo do empreendedorismo não conseguiram estabelecer um perfil de consenso que permita identificar empreendedores potenciais. Timmons (1978); Hornaday (1982); Brockhaus e Horwitz (1986); e Hisrich (1986) pesquisaram a literatura sobre as características comumente atribuídas aos empreendedores em diversos autores e chegaram ao conjunto a seguir. Tais características são encontradas em profissionais liberais e proprietários de pequenos negócios. São elas (FILION, 2000, p.3):

- Apresentam tenacidade;
- Possuem capacidade de tolerar ambigüidades e incertezas;
- Fazem bom uso de recursos;
- Correm riscos moderados;
- São imaginativos;
- Voltam-se para resultados.

As diversas pesquisas que vêm sendo realizadas com empreendedores, visando aos aspectos comportamentais têm produzido uma grande diversidade de conclusões e de diferentes conjuntos de traços considerados fundamentais para caracterizar o perfil do empreendedor. Esta divergência entre pesquisadores tem feito os estudos ampliarem o escopo, migrando o foco de “comportamento” para outras esferas, como as atitudes e competências requeridas por uma pessoa para atuar bem como empreendedor (FILION, 1998 e 2000).

Segundo Barini (2008), a Psicologia Cognitiva e a Psicologia da Personalidade vêm ganhando espaço entre os pesquisadores de competência empreendedora. Em seu estudo sobre este tema utiliza métodos de identificação de perfil psicológico e a importância da cognição na formação de novas competências. Nos estudos de Man e Lau (apud MELLO, 2006. p.49), as competências empreendedoras são categorizadas em seis áreas distintas de comportamento:

- Competência de oportunidade;
- Competência de relacionamento;
- Competências conceituais;
- Competências administrativas;
- Competências estratégicas; e
- Competência de comprometimento.

Mello (2006), na sua pesquisa com empreendedores, fez a descoberta de uma nova competência que denominou de Equilíbrio entre Trabalho e Vida Pessoal, os dirigentes consideram estas instâncias complementares, e não concorrentes, em termos de prioridades. Mello destaca a busca que fazem por escapes da exaustão física e psicológica, ameaçadores de seu rendimento nas atividades empresariais, o que repercute na tentativa de encontrar fórmulas de saídas criativas e lúdicas para garantir um contínuo estado de revigoramento pessoal e profissional.

De acordo com Baron (2007, p.350), uma habilidade essencial para o desenvolvimento da competência do empreendedor, entre outras, é lidar com o estresse. Um dos fatores de estresse dos empreendedores é a exigência de ter que atender a vários papéis sociais, além de dirigir a empresa. Produz efeitos negativos o período longo no trabalho, afastando-o da família, e a responsabilidade pelos outros (seus funcionários).

Para este autor, os empreendedores mostram um padrão diferente quando se trata de cuidados consigo mesmo, em comparação com os ativos da empresa, eles se expõem a inúmeros infortúnios: trabalham por períodos longos, comem e dormem mal e desprezam toda atividade de prazer em detrimento da empresa. A diferença entre um trabalhador colaborador e o empreendedor é que este se expõe a estas situações estressoras por escolha pessoal, escolhem como meio de vida.

Para Louis Jacques Filion, (1999), o empreendedorismo é campo de estudo para diversas disciplinas, como Economia, Psicologia, Sociologia e Administração, pois ainda não se tem uma teoria própria estabelecida no meio científico. Esta multiplicidade de visões sobre o tema tem contribuído para o entendimento do empreendedor como um agente social influenciado pelo contexto. Para ele, as pessoas podem ser menos ou mais empreendedoras. Esse caráter transitório do comportamento empreendedor, também, se encontra destacado na definição de Filion (1999, p.19), na qual empreendedor é:

[...]uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio e a to-

mar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

O empreendedor é o agente de um “processo pelo qual se faz algo novo (algo criativo) e algo diferente (algo inovador) com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade” (KAO, 1995; FILION, 1998, 1999A; BRUYAT; JULIEN, 2000; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; KAO, KAO; KAO, 2002 apud FILION, 2004, p.65).

3.1.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A partir da década de 1960, foram criadas instâncias governamentais que dessem assistência às pequenas e médias empresas na melhoria de sua produtividade e estrutura financeira, como Cebrae (que em 1990 se tornou uma autarquia e passou a se denominar SEBRAE) e o BNDES.

A década de 1990 foi muito representativa no País para o desenvolvimento do empreendedorismo, através de programas de fomento e capacitação, como o seminário Empretec desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), e pela ampliação de incubadoras tecnológicas pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC); e pelos diversos programas de formação de empreendedores pela FEA/USP (1992) e rede de ensino de empreendedorismo criada pela Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (SOFTTEX) e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) em 1993 (DORNELAS, 2001).

Mais recentemente, surgiram entidades civis de apoio ao empreendedorismo como a ENDEAVOR criada em 2000. Com intuito de desburocratizar as iniciativas de abertura de novos negócios foi promulgada em 2006 de lei Geral da Micro e Pequena Empresa. É grande o número de iniciativas de entidades públicas e privadas para fortalecer o movimento

de fomento ao empreendedorismo, desde o ano de 1999 o Brasil participa da - *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que compara a taxa de atividade empreendedora no País com outros 50 países. Na pesquisa de 2000, o País ficou em primeiro lugar entre os países pesquisados.

A GEM é uma pesquisa internacional que visa comparar a taxa de atividade empreendedora entre os países participantes. Foi criada em 1999 e tem a coordenação internacional da Babson College (EUA); London Business School (Inglaterra) e Global Entrepreneurship Research Association - GERA (Inglaterra). O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) com o apoio do SEBRAE coordena a equipe do Projeto GEM Brasil.

Segundo o projeto GEM, o conceito de Empreendedorismo é:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. (PASSOS, 2008)

Para avaliar o nível da atividade empreendedora de cada país, são entrevistados adultos (18 a 64 anos de idade), selecionados por meio de amostra probabilística de cada país participante. Os empreendedores pesquisados são classificados conforme o estágio empresarial, a motivação para empreender e as características demográficas. Em 2008, foram entrevistadas 2.000 pessoas no Brasil e 124.721 pessoas no mundo. (GRECO, 2009)

No Brasil, na atualidade existem aproximadamente 14,64 milhões de pessoas exercendo uma atividade empreendedora, são 12,02 % da população, o que significa que de cada 100 brasileiros 12 realizavam alguma atividade empreendedora. Estes são dados da pesquisa GEM de 2008 em que o Brasil ficou em 13º entre os 43 países que participaram da pesquisa neste ano. A Tabela 1, a seguir, mostra os 5 países com maior estimativa de população empreendedora. O Brasil fica em terceiro lugar atrás apenas da Índia e dos EUA.

Tabela 1 – Estimativa da População Empreendedora

Países	TEA 2008 (%)	Posição (43 Países)	Estimativa de empreendedores
Maiores Estimativas			
Índia	11,5	15	76.045.000
Estados Unidos	10,8	16	20.546.000
Brasil	12	13	14.644.000
México	13,1	11	8.412.000
Colômbia	24,5	3	6.571.000
Total do Grupo	14,4		126.218.000

Fonte: Pesquisa GEM 2008.

O estudo aborda o comportamento das pessoas relacionado à abertura e ao gerenciamento de novos negócios. Denomina-se empreendedor:

Alguém que está apenas iniciando um empreendimento em um mercado competitivo pode ser considerado um empreendedor, mesmo não tendo aspirações de alto crescimento. Por outro lado, uma pessoa pode ser proprietária de um negócio estabelecido já por muitos anos e ainda manter uma visão de inovação, competitividade e crescimento. Esse indivíduo também é um empreendedor. (PASSOS, 2008, p.142)

Esta pesquisa foca o papel dos indivíduos no processo empreendedor. Este modelo explica a atividade empreendedora em três fases: instalação, iniciação e manutenção de novos empreendimentos, e classifica o empreendedor pelas fases de criação do negócio. A Figura 2 ilustra o processo pelo qual uma pessoa é considerada empreendedora nesta pesquisa.

FIGURA 1 – O Processo Empreendedor e Definições Operacionais do GEM.

Fonte: Transcrito de REYNOLDS. et al., 2005(in: PASSOS, 2008).

Além da concepção citada, o GEM divide os empreendedores em grupos:

- *Iniciais*: estão à frente de negócios com até 42 meses de vida (três anos e meio).

Esses empreendedores subdividem-se em dois tipos:

- **nascentes**, à frente de negócios em implantação; e
- **novos**, seus negócios já estão em funcionamento e pagam salário por pelo menos três meses. Compõem uma taxa denominada TEA.
- *Estabelecidos* : são aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses.

A Tabela 2, a seguir, mostra a variação da TEA – Taxa de Atividade Empreendedora em relação a média dos países participantes da pesquisa no período de 2001 a 2008. O Brasil sempre manteve uma taxa superior a média dos demais países.

Tabela 2 – Taxa Média Do Brasil No Período De 2001 A 2008

Países	Ano							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Países participantes	8,65	6,49	6,98	6,47	6,39	6,07	6,82	10,48
Brasil	14,2	13,53	12,9	13,48	11,32	11,65	12,72	12,02

Fonte: GEM 2008

Outra classificação também é encontrada nesta pesquisa, os pesquisados são divididos pelo tipo de motivação para abertura de um negócio. Os empreendedores podem ser orientados por:

- *Oportunidade*: é aquele que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender. Buscou iniciar sua atividade para obter maior independência, realização de sonho ou aumento de renda.

- *Necessidade*: é aquele que abriu um negócio próprio para sobreviver à escassez de emprego formal ou complementação de renda familiar. Buscou iniciar sua atividade como alternativa de sobrevivência e não como escolha planejada.

A taxa de empreendedores por oportunidade no ano de 2008 ficou em 8,03%, com cerca de 9,78 milhões de pessoas. A taxa de empreendedores por necessidade foi de 3,95%, com aproximadamente 4,81 milhões de empreendedores. Dessa maneira, atinge a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade.

Com relação à inovação, isto é, à capacidade de os empreendedores lançarem produtos desconhecidos pelos consumidores e à utilização de tecnologias disponíveis a menos de um ano, o Brasil ficou em 38º entre os 43 países participantes. Apenas 3,3% dos empreendedores entrevistados se disseram capazes de desenvolver produtos com inovação tecnológica.

Na opinião dos pesquisadores o surgimento das incubadoras no Brasil ainda é muito recente e ainda dispõem de capacidade de apoio a empresas de base tecnológica muito aquém das necessidades de um país (GRECO,2009).

A pesquisa GEM de 2008, também, revelou os seguintes dados sobre o empreendedorismo no Brasil:

- 54% dos empreendedores brasileiros são homens, a taxa de empreendedorismo das mulheres ficou em 46%. A taxa das mulheres orientadas para oportunidade é de 48,7% entre os empreendedores iniciais.
- 25% dos empreendedores brasileiros são jovens (18 a 24 anos), 68% empreendem por oportunidade e 32% por necessidade. Neste item o Brasil ocupa a 3ª posição no *ranking* da pesquisa GEM.

- O jovem empreendedor por oportunidade diferencia-se por possuir uma renda maior (36% até 3 salários mínimos; 34% de 3 a 6 salários), e uma escolaridade maior, sendo que 25% estão cursando ou já terminaram o nível superior.
- Quanto à escolaridade, 52,7% têm de 5 a 11 anos de estudo, o que equivale ao ensino médio, e 16,3% possuem mais de 11 anos de estudo.

Abrir um negócio, se tornar empreendedor, passou a ser uma das alternativas de geração e manutenção do emprego e da renda familiar encontrada por trabalhadores que sofreram o impacto da redução do mercado de trabalho, após as constantes mudanças socioeconômicas iniciadas na década de 1980.

Segundo Passos (2008), as mudanças decorrentes da flexibilização e da liberalização da economia mundial provocam mudanças significativas na situação laboral dos trabalhadores e empreendedores. A atividade empreendedora e a situação laboral estão inseridas nesse movimento global; no Brasil apresentam algumas especificidades a partir do movimento de estabilização da economia, que melhora a competitividade e estimula a atividade empreendedora.

3.1.2 CULTURA EMPREENDEDORA

Ainda são poucos os estudos que relacionam cultura e empreendedorismo, porém esta relação existe. A ação empreendedora ocorre num contexto social que pode facilitar ou dificultar seu sucesso. Souza (2007) define cultura como “todo um processo de criação no qual as pessoas, bem como os grupos sociais, estão em constante formação, incorporando valores sociais e transformando-os em práticas que se articulam em normas sociais”.

Cultura é uma palavra de origem latina, (*cultura,ae*) que significa ação de cultivar, o *Dicionário Houaiss* (2001, p.888) define como “conjunto de conhecimento acumulados e so-

cialmente valorizados que constituem patrimônio da sociedade”. Uma cultura inclui sistemas de costumes e valores em um espaço compartilhado por pessoas que adquirem hábitos, criam normas e leis de convivência e socialização; é este contexto que define uma cultura (SAMPAIO, 2008).

A complexidade da sociedade atual, em que a diversidade e a multiplicidade de grupos sociais tornaram-se características marcantes das diversas nações e sociedades, faz que o conceito de cultura seja dinâmico e delimitado pela identificação e compartilhamento desejado entre pessoas de um determinado grupo. Há uma coexistência de diversas culturas dentro de um mesmo país, os grupos constroem sua cultura pela proximidade regional, por padrões emocionais, por ideologias e, mais recentemente, pelas redes virtuais criadas via *web*. Uma cultura se faz viva pela capacidade dos membros de uma sociedade de cuidarem e tornarem suas normas, leis, regras de convivências, hábitos e valores sempre adequadas à contemporaneidade (SAMPAIO, 2008).

Um grupo de pessoas, uma comunidade ou um povo se distingue dos demais agrupamentos por compartilhar os mesmos significados e símbolos em relação à forma de vida, como organizam a relação de trabalho, as funções familiares, os modelos educacionais e os padrões sociais. É isto que caracteriza a sua identidade cultural (SAMPAIO, 2008). Segundo Hofstede (1997), os grupos humanos pensam, sentem e agem de modo diferente, sendo tais diferenças manifestações culturais. Para este autor existem distintos níveis de manifestação de uma cultura que variam na sua profundidade e representatividade para seus membros (SOUZA, 2007).

A Figura 3 representa as quatro categorias de manifestações culturais hierarquizadas do nível mais superficial ao profundo.

FIGURA 2 – Manifestações culturais hierarquizadas - do superficial ao profundo.
Fonte Elaborado pela Autora com base em TOMEI (2008).

Para Hofstede (1997, apud TOMEI, 2008), entre as manifestações culturais, os símbolos estão na dimensão mais superficial. Eles são palavras, gestos, têm significados específicos para pessoas que partilham a mesma cultura; *os heróis*, pessoas vivas ou mortas que representam modelos de comportamento e são altamente valorizadas em determinada cultura se localizam na dimensão em seguida; Na terceira dimensão em direção ao centro estão os *rituais* ou atividades coletivas, que são consideradas essenciais para atingir certos fins, como festas e comemorações e, no nível mais profundo, e portanto invisível, estão os *valores* que são as crenças, conceitos e sentimentos inconscientes, definidos como a tendência para se preferir um estado de coisas em face de outro. Os três primeiros níveis formam o que o autor chama de práticas, por estarem visíveis ao observador externo, e os valores formam o núcleo da cultura (TOMEI, 2008; SOUZA, 2007).

No que se refere à cultura empreendedora, muitos mitos e crenças são criados em torno da figura do empreendedor. Em alguns momentos, o empreendedorismo é identificado como “virtude” e o empreendedor como herói, o “salvador da pátria”, como se fosse a solução de todos os males sociais. Em outras situações, o empreendedorismo adquire um significado negativo e pejorativo, como “exploração” e os empreendedores, “espertalhões e mercenários”, como se fossem os geradores de todos os problemas da humanidade. O professor Timmon’s (1994), em

seus estudos sobre empreendedorismo na Babson College, e professor Dornelas (2007), em estudo com empreendedores brasileiros, aborda a questão de mitos construídos culturalmente, ambos destacam alguns mitos que ainda estão presentes na sociedade com o propósito de contribuir na constituição de significados e símbolos e valores relacionados ao empreendedorismo, da maneira mais próxima possível da realidade atual, a partir de evidências consistentes.

Weber (1982a) foi um dos precursores em relacionar empreendedorismo e cultura, a partir da análise dos preceitos da religião protestante e o espírito do capitalismo, o autor sugere a questão central sobre cultura contemporânea no início do século XX, que estabelece um tipo de sociedade influente, desenhada a partir da organização racional do trabalho. Discorre sobre esta influência no modo de vida, padrões de conduta dos empreendedores bem-sucedidos, suas motivações para acumulação de riquezas e dedicação em tempo integral aos negócios. Seus estudos buscam explicar como a mentalidade capitalista se formou a partir das condições sociais, geográficas, influências religiosas e culturais.

O impacto da cultura no comportamento empreendedor é ressaltado por vários autores. A cultura empreendedora é caracterizada por valores, atitudes do empreendedor na criação da estrutura e modelo de trabalho nas suas organizações, incluindo a presença de elementos, como a inovação, pró-atividade e propensão ao risco. De acordo com Farrell (apud TOMEI, 2008), três itens são fundamentais para a criação de uma cultura empreendedora:

- *Vantagem competitiva*: identificar valores, atitudes e procedimentos;
- *Comprometimento pessoal* e exemplo dos líderes: dedicação de todos na organização
- *Simplicidade*: sempre presente na mente dos funcionários

Segundo Peter Drucker (2005),

[...] precisamos de uma sociedade empreendedora na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. Numa sociedade empen-

dedora os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafio este que precisam explorar como sendo oportunidades: a necessidade por aprendizado e o reaprendizado contínuo (p. 349).

A pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), também aborda os aspectos socio-culturais da ação empreendedora: “Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam, ou não, ações individuais que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas”(PASSOS, 2008, p 148).

No item denominado Mentalidade Empreendedora, os pesquisadores examinam as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor (PASSOS, 2008).

A família é um agente social importante na formação de identidade do empreendedor e tem sido estudada por pesquisadores do comportamento empreendedor na perspectiva identificar o grau de influência cultural na escolha do indivíduo em seguir uma carreira empresarial. O grupo familiar transmite padrões e hábitos na sua convivência que direcionam as pessoas a um tipo de visão e atitude em relação ao trabalho. Muitos autores afirmam que a cultura familiar tem uma forte influência na decisão de ser empreendedor.

Conforme recente estudo realizado por Dolabela (2008), os resultados confirmam a hipóteses de que ter tido pais empresários influencia na decisão de ser ou não empresário. Outro dado da mesma pesquisa é que filhos de empresários lidam melhor com a incerteza, com o *locus interno de controle*, possuem um conceito de si mais definido ou uma maior necessidade de realização, têm uma rede de informações mais ampla e possuem um maior entendimento sobre o setor em que atuam (p. 8).

Outros estudos ganharam destaque em pesquisar a propensão ao empreendedorismo por influência familiar. Além da aquisição de características pessoais, a educação familiar e a convivência no ambiente social representam uma parcela significativa na formação de empreen-

dedores (BOHNENBERGER; SCHIMDT; FREITAS, 2007; SALVI et al., 2006; HILÁRIO NETO, 2004 apud DOLABELA, 2008).

Um fator cultural importante relacionado com empreendedorismo é a forma de aprendizagem do comportamento empreendedor, para Albert Bandura (apud VACONCELOS, 2003), a maior parte do comportamento humano é aprendida pela observação através da modelagem. A aprendizagem é, essencialmente, uma atividade de processamento de informação, permitindo que condutas e eventos ambientais sejam transformados em representações simbólicas que servem como guias de ação.

A Teoria Social Cognitiva, desenvolvida por Bandura, explica o aprendizado social pela modelagem, isto é, é pela observação da ação de outras pessoas que um indivíduo percebe e constrói novos comportamentos a serem executados. Os empreendedores aprendem na prática, com base em ações e na observação de modelos de empresários bem-sucedidos que ele considera significativos, estes modelos podem ser pertencentes ou não a seu grupo familiar. Segundo Allan Gibb (apud DOLABELA, 1999), o processo de aprendizagem de um empreendedor, normalmente, é estruturado num ambiente sociocultural que proporcione que a pessoa vivencie na prática situações com as seguintes oportunidades de aprender:

- Solucionando problemas;
- Agindo sob pressão;
- Interagindo com os pares e outras pessoas;
- Vivenciando trocas com o ambiente;
- Aproveitando oportunidades;
- Copiando outros empreendedores;
- Com os próprios erros;
- Pelo *feedback* dos clientes

Autores que pesquisam sobre empreendedores, considerando os aspectos culturais, têm abordado as características de comportamento e as atitudes relacionadas ao empreendedorismo. Para Souza (2005), atitude é como uma disposição para responder com algum grau de favorabilidade ou desfavorabilidade a um objeto psicológico. Espera-se que as atitudes prevejam e expliquem o comportamento humano. Esta concepção está presente nos estudos realizados por essa autora com empreendedores brasileiros.

Assim, atitude empreendedora é concebida como a forma criativa e inovadora de agir no ambiente, gerando valor para si e para a comunidade. Uma pessoa age dessa forma ao viabilizar em sua empresa ganhos financeiros, resultados transformadores no modo de produção de bens e serviços, por consequência, gera empregos, riquezas e muda para melhor as condições de vida da sociedade (SAMPAIO, 2008).

Segundo Passos (2008), a ação empreendedora deve ser compreendida no bojo das transformações das relações de trabalho no contexto do mundo contemporâneo. Dessa forma, torna-se necessário situar, concretamente, as práticas empreendedoras, os próprios empreendedores e suas ações no contexto sociocultural e econômico.

A cultura empreendedora deve ser considerada a partir das dimensões geográficas do território em que se desenvolve; das redes sociais que se formam; das forças políticas locais; dos padrões de relações sociais e familiares; e do desenvolvimento econômico proporcionado neste contexto. As constantes mudanças na estrutura social no mundo contemporâneo propiciam o surgimento de novos atores sociais que identificam, tanto na necessidade, quanto na oportunidade, a motivação para construir novas identidades. Entendendo a formação da identidade como enraizada no movimento socio-histórico da sociedade, na cultura (PASSOS, 2008).

3.2 QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

O movimento de Qualidade de Vida no Trabalho tem uma das suas origens na Escola de Relações Humanas, por meio dos estudos de Elton Mayo que relacionava o aumento da produtividade com os fenômenos grupais. Este movimento foi influenciado, também, pelas pesquisas de Maslow e Herzberg sobre motivação humana, relacionando-a com os fatores de satisfação e necessidades básicas no trabalho (GOULART E SAMPAIO, 1999).

Com as mudanças crescentes e intensas no processo organizacional, as quais estão baseadas nos pilares da produtividade e competitividade, houve também uma evolução na compreensão da Qualidade de Vida no Trabalho por parte das empresas. A abordagem de Qualidade de Vida no Trabalho passa a considerar trabalhador como uma pessoa com diversos níveis de necessidades e expectativas – essas dimensões devem ser consideradas para atender tanto à demanda da organização por melhoria de produtividade, quanto à saúde e bem-estar do trabalhador.

3.2.1 SIGNIFICADO DO TRABALHO E BEM-ESTAR

Com o desaparecimento de muitos empregos no mercado contemporâneo e o surgimento de diversas formas de trabalho, criadas pela inovação tecnológicas e diferentes modelos de negócios, faz do momento atual um período propício para entender e reorganizar o sentido do trabalho para o homem moderno.

De acordo com Fryer e Payne (1984, apud MORIN, 2001), o trabalho é uma atividade útil, determinada por um objetivo definido além do prazer gerado por sua execução; e o emprego refere-se à ocupação de uma pessoa, atendendo a atividades remuneradas em um sistema organizado economicamente.

O trabalho é tão importante que possui uma posição central na vida das pessoas. Pode ser considerado uma das principais dimensões da vida do homem que interfere em sua inserção na

sociedade, delimita espaços de mobilidade social e se destaca como um dos fatores da construção da identidade individual (LOURENÇO, 2009).

O significado do trabalho pode ser estruturado com base em duas concepções:

- *A concepção positiva* que relaciona o trabalho à possibilidade de construção, de identidade e de autorrealização. Segundo Albornoz “as razões para trabalhar estão no próprio trabalho e não fora dele ou em qualquer de suas consequências” (ALBORNOZ, 1994, p. 59 apud LOURENÇO, 2009). Nessa perspectiva, o sentido do trabalho está vinculado ao sentido da vida. Faz-se necessário ressaltar que ele pode também, ser fonte de prazer e até mesmo provedor de saúde e desenvolver o bem-estar.
- *A concepção negativa* em que o trabalho é considerado sofrimento. A própria origem da palavra trabalho possui este sentido em duas bases do latim: I - *labor*, que significa dor, sofrimento, esforço; e II - *tripalium* - instrumento de tortura -, associado a fardo. Segundo Lourenço (2009), nessa perspectiva o trabalho representa punição, castigo e um peso para quem o realiza; o homem está no mundo do trabalho para subsistir e adota a estratégia de separação entre a vida e o trabalho, distingue sua auto-imagem entre a parte que trabalha e a parte que vive.

Para Dejours (1987) as duas dimensões coexistem paradoxalmente no trabalho, tanto é fonte de sofrimento como de prazer. Para este autor, a organização do trabalho exerce impacto sobre o aparelho psíquico, podendo ser favorável ou não ao equilíbrio mental e saúde do corpo. Este equilíbrio depende de dois fatores:

- As exigências do trabalho estão de acordo com as necessidades do trabalhador
- O conteúdo do trabalho é fonte de uma satisfação sublimatória.

Dejours (1987, p.135), também afirma que tais condições só se encontram nas profissões de artesão, profissões liberais e entre os responsáveis de alto nível: trabalho livremente organizado ou deliberadamente escolhido. Para o autor “o comportamento livre é um padrão comportamental que contém uma tentativa de transformar a realidade circundante, conforme os desejos do próprio sujeito” (p.26). O tempo livre qualifica comportamento produtivo com uma orientação para o prazer.

Nos estudos de Morin (2001) sobre o sentido do trabalho para as pessoas que o realizam, são destacadas algumas dimensões importantes, como: uma atividade que organiza o tempo; que coloca as pessoas em relação com as outras; uma atividade produtiva que agrega valor a alguma coisa; dá um sentimento de segurança; e possibilita ser autônomo e independente. Para a autora, o prazer e o sentimento de realização, que podem ser obtidos na execução de tarefas, dão um sentido ao trabalho, sobretudo, quando se tem a possibilidade de executá-lo de acordo com sua competência e valores pessoais.

O conceito de bem-estar, na maioria das pesquisas, está relacionado à satisfação com a vida de uma maneira geral, sem um contexto definido. Segundo Dessen (2009), os estudos sobre bem-estar no trabalho, em sua maior parte, têm por base o modelo de Warr (1987). Este autor “busca avaliar o impacto de variáveis do contexto de trabalho sobre a saúde mental dos indivíduos, considerando-a da perspectiva predominantemente positiva”; considera para este fim cinco componentes: o bem-estar afetivo; a competência pessoal; a autonomia; a aspiração; e o funcionamento integrado.

Paschoal (2008, p.16) relata que bem-estar no trabalho pode ser conceituado, “como a prevalência de emoções positivas no trabalho e a percepção do indivíduo de que, no seu trabalho, expressa e desenvolve seus potenciais/habilidades e avança no alcance de suas metas de vida”.

Portanto, bem-estar no trabalho está relacionado à oportunidade de expressar suas capacidades, superar desafios, fazer o que realmente gosta, desenvolver seus potenciais e avançar no alcance de suas metas de vida e atingir resultados que valoriza (DESSEN, 2009).

3.2.2 A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

O conceito biopsicossocial origina-se da Medicina Psicossomática, que propõe a visão integrada e holística do ser humano, em oposição à abordagem cartesiana, que divide o ser humano em partes. Assim, “toda pessoa é um complexo biopsicossocial, isto é, tem potencialidades biológicas, psicológicas e sociais que respondem simultaneamente às condições de vida” (LIMONGI-FRANÇA, 1996).

Limongi-França e Rodrigues (1997, p.12) afirmam que o ser humano reage às situações de vida dentro ou fora da empresa, sempre como um todo complexo, tais reações buscam o equilíbrio e a integração das dimensões, sendo elas:

- *Dimensão biológica*, que compreende “às características constitucionais herdadas e congênitas, incluindo o funcionamento das glândulas, do metabolismo interno, as resistências e as vulnerabilidades do corpo”;
- *Dimensão psicológica*, que se refere “aos processos afetivos, emocionais e intelectuais, conhecidos ou inconscientes, caracterizando a personalidade, a vida mental, o afeto e o jeito de se relacionar com as pessoas e com o mundo que as rodeia”;
- *Dimensão social* que engloba valores, crenças e as expectativas das pessoas pertencentes aos grupos sociais e as “diferentes comunidades com as quais se entra em contato durante a vida, desde o nascimento. Também inclui a influência do ambiente físico e as características ergonômicas dos objetos utilizados”.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) define qualidade de vida como:

[...] a percepção do indivíduo de sua posição na vida, no contexto da cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações. É um conceito de grande abrangência afetado em uma forma complexa pela saúde física das pessoas, estado psicológico, ní-

vel de independência, relações sociais e suas interações com as características importantes do ambiente. (WHOQOL GROUP, 1995, p.1405).

Limongi-França (2007, p.167) define, do ponto de vista das pessoas, qualidade de vida como “a percepção de bem-estar, a partir das necessidades individuais, ambiente social e econômico e expectativa de vida”. Nas organizações esta questão deve ser considerada do ponto de vista da valorização das condições de trabalho, do significado do trabalho e dos valores e padrões de relacionamento no ambiente (2007).

As diversas abordagens do tema QVT foram classificadas por Limongi-França (2008, p. 24) em seu livro: ‘Qualidade de Vida no trabalho – conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial’, em três escolas:

- (i) *Escola Socioeconômica*: Giddens (1998) destaca o surgimento da nova corrente política “terceira via”, como a contribuição mais reveladora da atualidade no campo da organização sociopolítica das nações. Os princípios básicos de desenvolvimento da cidadania; responsabilidade e projetos sociais; igualdade com liberdade; preservação do meio ambiente; desenvolvimento sustentável que se contrapõem ao conservadorismo neoliberal. Vale destacar que no campo da QVT novas referências e paradigmas estão surgindo, como por exemplo, na área da saúde, em que as soluções são fruto da construção social da saúde pública por vários atores sociais, que se tornam parte integrante do processo de saúde e de doença das pessoas.
- (ii) *Escola Organizacional*: A QVT envolve uma dimensão específica que é o local onde se dão as relações de trabalho. Walton (1975) “é o primeiro autor norte-americano que fundamenta um conjunto de critérios da ótica organizacional, iniciando importante linha de pesquisa de satisfação em QVT”. Desta-se como contribuições da escola organizacional as seguintes características: expansão dos processos de qualidade e produtividade para o de qualidade pessoal; política de gestão de pessoas, valorização e capacitação; *marketing* – imagem corporativa e comunicação interna; tempo livre – desenvolvimento cultu-

ral/hábitos de lazer e esporte; risco e desafio como fatores de motivação e comprometimento.

(iii) *Escola Condição Humana no Trabalho*: Toda pessoa é um complexo biopsicossocial. Esta concepção situa-se na mesma proposta conceitual da visão holística de homem. Resgata uma visão mais ampla de saúde, como a adotada pela OMS que, em 1986, definiu a saúde não apenas como a ausência de doença, mas também o completo bem-estar biológico, psicológico e social. Embora não exista uma definição de qualidade de vida nesta escola, três aspectos: a subjetividade; a multidimensionalidade, e a presença de aspectos positivos e negativos tem influenciado na construção de definições e conceitos. (LIMONGI-FRANÇA, 2008).

Para Abreu (2009, p.146) “qualidade de vida é um conceito mais abrangente, considerando o indivíduo e sua vida como um conjunto, não só no que se refere ao trabalho”. Em se tratando de QVT, a autora considera como uma competência relativa às organizações que lida com demandas e expectativas de bem-estar das pessoas.

Constantino (2007) considera que a Qualidade de Vida não é só o que é feito pela pessoa em relação a saúde, alimentação, atividade física, entre outras ações, mas o que ela faz por si própria. As escolhas que o indivíduo faz para se relacionar em seu contexto, seu estilo de vida, que é entendido pela autora como uma postura de ser e estar no mundo com objetivo de viver bem.

O estudo sobre QVT tem ênfases diferentes de acordo com a base científica adotada e o momento histórico em que está inserida. A partir da década de 1970, a QVT passa a se caracterizar pela melhoria e condições de trabalho, visando maior satisfação e produtividade. Com o lançamento do Programa Internacional para Melhoramento das Condições e do Ambiente de Trabalho (PIACT) pela Organização Mundial do Trabalho (OIT), em 1976, houve um grande reflexo na década de 1980 nas empresas, buscando maior participação do trabalhador e a humanização do trabalho (AURELLANO, 2008).

Limongi-França (1996) e Aurellano (2008) realizaram uma revisão na bibliografia sobre o tema, de vários autores que o estudaram em suas respectivas pesquisas, em que retratam este período entre a década de 1970 e início do século XXI, conforme consolidado e apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 – Sinopse de algumas definições sobre Qualidade de Vida no trabalho (QVT)

Autor(res)	Ano	Definição de QVT
Walton	1973	Atendimento de necessidades e aspirações humanas, calcado na idéia de humanização e responsabilidade social da empresa.
Boivert	1977	Conjunto de consequências benéficas do trabalho para o indivíduo, a organização e a sociedade.
Carlson	1980	É tanto um objetivo como um processo para alcançar esse objetivo. Como meta, QVT é o comprometimento da organização para o desenvolvimento do trabalho: criação de maior envolvimento, satisfação com as tarefas e ambiente de trabalho para todas as pessoas de todos os níveis da organização. Como processo, QVT realiza esforços para alcançar essa meta através do envolvimento de todos.
Nadler e Lawler	1983	Maneira de pensar sobre as pessoas, o trabalho e a organização. Seus principais elementos são: (1) a preocupação sobre o impacto do trabalho nas pessoas e na efetividade organizacional; e (2) a idéia de participação nas soluções de problemas e nas tomadas de decisões.
Kiernan e Knutson	1990	Interpretação individual de seu papel no ambiente de trabalho e desse papel com as expectativas dos outros. A QVT de cada um é individualmente determinada. Designada e avaliada. A QVT tem significados diferentes para cada um e varia com a idade, o estágio na carreira e a posição na organização.
Neri, A.M	1992	Atendimento das expectativas quanto a se pensar a respeito de pessoas, trabalho e organização, de forma simultânea e abrangente.
Kerce e Boot-kewley	1993	Maneira de pensar sobre as pessoas, o trabalho e a organização.
Dejours	1994	Como condições sociais e psicológicas do trabalho, principalmente no que se refere ao sofrimento criador e ao sofrimento patogênico
Fernandes	1996	Associada à melhoria das condições físicas, programas de lazer estilo de vida, instalações, atendimento a reivindicações dos trabalhadores, ampliação do conjunto de benefícios.
Sirgy, Efraty, Siegel e Lee	2001	Satisfação do empregado com a variedade de necessidades, através de recursos, atividades e resultados da participação dos empregados.
Limongi-França	2007	Percepção de bem-estar, a partir das necessidades individuais, ambiente social e econômico e expectativas de vida.

Fonte: Consolidado pela autora com base em (AURELLANO, 2008) (LIMONGI-FRANÇA, 1996 e 2007)

De uma forma geral, observam-se conceitos de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), com os seguintes enfoques (LIMONGI-FRANÇA, 1996):

- (a) grau de satisfação da pessoa com a empresa;

- (b) condições ambientais gerais;
- (c) promoção da saúde.

Aurellano (2004) conceitua QVT como a busca do equilíbrio psíquico e social do trabalhador, dentro do contexto organizacional. Segundo Albuquerque e Limongi-França (1998, p.42), Qualidade de Vida no Trabalho é:

[...]um conjunto de ações de uma empresa que envolve diagnóstico e implantação de melhorias e inovações gerenciais, tecnológicas e estruturais dentro e fora do ambiente de trabalho, visando propiciar condições plenas de desenvolvimento humano para e durante a realização do trabalho.

Nas empresas brasileiras, segundo Goulart e Sampaio (1999) em sua pesquisa sobre QVT, ainda se caminha para tornar o trabalho mais humanizado. Os autores correlacionam a maior desumanização do trabalho na atualidade com métodos de produção em massa. Com as recentes exigências que as organizações sofrem do mercado, também associam o binômio produtividade e competitividade com a importância que as pessoas passam a ter no projeto de desenvolvimento de uma organização. Estas mudanças podem ser identificadas, por exemplo, com:

- *Substituição* do termo recursos humanos por pessoas;
- *Envolvimento* das chefias nas atividades de desenvolvimento das pessoas;
- *Movimentos* que se destinam a valorizar as pessoas como QVT;
- *Reestruturação* dos setores de recursos humanos que passam a incluir papéis mais ativos.

A associação dos dois enfoques citados está cada vez mais presente nas concepções de QVT. A tendência de considerar os aspectos mais subjetivos por parte das pessoas na compreensão da QVT, somada a estratégias da organização para manter a motivação, a produtividade

e qualidade no ambiente de trabalho, têm sido cada vez mais frequente entre os autores que estudam a QVT.

O mundo empresarial tem enfrentado o desafio de conciliar o ambiente competitivo de alta produtividade com o cuidado integral das pessoas, o estímulo à autonomia, à criatividade e ao bem-estar. Na busca de estratégias para viabilizar a existência desta condição de trabalho está sendo construída uma nova forma de gestão. Segundo Limongi-França (2008), estas evidências propiciam o surgimento de competência de gestão a partir de seis fatores críticos nas organizações

- Conceito de QVT;
- Produtividade;
- Legitimidade;
- Perfil do gestor;
- Práticas e valores;
- Competência GQVT.

Esta competência tem emergido da contribuição de diferentes ideias e de diversos modelos de negócio que, atualmente, retratam o caleidoscópio do ambiente socioeconômico em que se vive. O mundo dos negócios está cada vez mais dinâmico e complexo. As relações de trabalho são regidas pela constante inovação organizacional e incertezas estruturais. Este momento tem se apresentado como oportunidade para criação de novos paradigmas, novos conceitos, novas formas de agir no ambiente de trabalho. A multiplicidade de conhecimento à disposição contribui para identificar e criar novas referências e processos para a Qualidade de Vida no Trabalho, buscando contemplar o bem-estar subjetivo e as necessidades empresariais deste ambiente globalizado.

A qualidade de vida junto com outros temas como responsabilidade social e desenvolvimento sustentável estão presente na agenda de diversas ciências que estudam a condição humana no trabalho, é uma demanda da sociedade atual. Segundo Limongi-França (2002), existem alguns desencadeadores da QVT na sociedade, que são: vínculos e estrutura da vida pessoal, fatores socioeconômicos, metas empresariais e pressões organizacionais, que impulsionam a construção de uma competência de gestão nas organizações. O conceito de QVT “tem dois critérios fundamentais: o *esforço gerencial* para condições favoráveis de vida no trabalho e a *percepção das pessoas* da empresas quanto ao seu bem-estar no trabalho” (2002, p.5).

No cenário atual, as pressões sociais e econômicas cada vez mais exigem das organizações processos de trabalho eficazes, tanto com relação à produtividade e à competitividade como no atendimento das motivações e satisfação dos trabalhadores. Para Fernandes (1996), o fato de as empresas precisarem ser competitivas faz com que se preocupem com as pessoas, pois só através do comprometimento destas que suas metas poderão ser atingidas. Atendendo ao cenário contemporâneo de trabalho a definição de Serey (2006, apud RETHINAM, 2008, p. 59) de QVT está relacionada com o trabalho significativo e gratificante e inclui:

- (i) uma oportunidade de exercitar seus talentos e capacidades, para enfrentar os desafios e situações que exigem iniciativa independente e autodirigida, (ii) uma atividade pensada para ser válida pelo indivíduos envolvidos, (iii) uma atividade na qual se compreende o papel desempenhado pelo indivíduo na realização de alguns objetivos gerais, e (iv) um sentimento de ter orgulho no que se está fazendo e, ao fazê-lo bem. (Tradução nossa)

Estes fatores, além da gestão da QVT, também produziram um novo fenômeno no mundo empresarial neste início do século XXI – o aumento do empreendedorismo. Muitos postos de trabalho foram eliminados pelo processo de reorganização da produção, pela fusão ou pelo fechamento de empresas. Da mesma forma, muitos trabalhadores deixaram seus empregos por iniciativa própria; por não suportarem o estresse das con-

dições de trabalho desmotivadoras, optam por abrirem seu próprio negócio, tornando-se empreendedores.

Para o Ministério da Saúde, Brasil (2001 p.17) são considerados trabalhadores:

Todos os homens e mulheres que exercem atividades para sustento próprio e/ou de seus dependentes, qualquer que seja sua forma de intervenção no mercado de trabalho, nos setores formais ou informais da economia.

Estão incluídos nesse grupo os indivíduos que trabalharam ou trabalham como empregados assalariados, trabalhadores domésticos, trabalhadores avulsos, trabalhadores agrícolas, autônomos, servidores públicos, trabalhadores cooperativados e empregadores – particularmente, os proprietários de micro e pequenas unidades de produção.

Nesse novo papel, o trabalhador por iniciativa própria ou imposição do mercado, assume ser empresário. Seu bem-estar e sua qualidade de vida e outras dimensões nas relações de trabalho passam ser gerenciados por ele. Segundo Ogata (2005), atual presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida, em artigo sobre qualidade de vida do pequeno empresário, 40% das pessoas que são proprietários de empresas no setor de serviços apresentaram sintomas de estresse. A pesquisa foi realizada na cidade de São Paulo pela Associação Brasileira de Stress. Não há dados sobre as pequenas empresas no Brasil em relação à saúde e ao bem-estar dos trabalhadores. Para este autor, surpreende a pouca atenção dedicada ao tema nas universidades: poucos estudos e pesquisas se referem à saúde e à qualidade de vida do pequeno empresário (2005).

3.3 ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

Philippi (2004) define nutrição como a ciência que estuda os alimentos, seus nutrientes, sua ação, interação e balanço em relação à saúde e à doença. Estuda, também, os processos pelos quais o organismo ingere, absorve, transporta, utiliza e excreta os nutrientes. E denomina-se alimentação o processo pelo qual os indivíduos extraem do ambiente externo os alimentos para sua dieta.

A alimentação dos seres humanos difere de um grupo para outro, fatores econômicos, geográficos, sociais e culturais determinam o padrão alimentar de determinada população ou de grupos específicos dentro de uma sociedade.

[...] entende-se por padrão alimentar a composição dos alimentos que constituem a dieta do indivíduo, seu aporte calórico, a distribuição de macro e micronutrientes e a adequação as necessidades fisiológicas. Os horários, a regularidade e a frequência das refeições também podem compor a caracterização do padrão alimentar. (PHILIPPI, 2004, p. 22)

A preocupação com uma alimentação segura e saudável é um fenômeno recente. Existem diversos padrões alimentares tanto quanto a diversidade de grupos culturais; a complexidade da sociedade moderna proporciona uma prática de dietas que, muitas vezes, podem ser inadequadas para a saúde e o bem-estar dos indivíduos. A adoção e manutenção de hábitos alimentares saudáveis é um desafio não só para quem consome como também para os pesquisadores. A formulação de guias alimentares e de recomendações nutricionais são formas de atingir grupos específicos de uma população e até mesmo as necessidades específicas de um indivíduo ou de grupos populacionais.

A importância da alimentação para o trabalhador está no aporte de energia necessário para suprir o esforço de sua atividade laboral. O gasto energético é compensado pelo fornecimento de energia dos alimentos que compõem sua dieta, e é formado pela quantidade e qualidade dos diferentes nutrientes ingeridos. O gasto energético deve ser sempre calculado individualmente, considerando-se variáveis como: peso, estatura, idade, gênero, atividade física, para tanto, foram criados guias alimentares com recomendações que visam promover hábitos alimentares e a saúde das pessoas.

Segundo Philippi (2008), desde 1983 foram propostos diversos guias alimentares e no decorrer dos anos também foram reformulados. Baseado na experiência americana, em 1974, foi publicado no Brasil, pelo Instituto da Saúde a “roda de alimentos” uma figura representativa dividida em seis grupos alimentares. No início de 1990, a United States Department Agricul-

ture (USDA) adotou como ícone o formato de pirâmide, que foi considerado uma representação gráfica que facilitava a visualização dos alimentos. Este também foi o ícone escolhido para representar as diretrizes brasileiras, por duas razões, que além de ser considerada uma forma apropriada, em 1999 já tinha sido validada nos EUA e no Chile.

Os guias são as diretrizes formuladas em políticas de alimentação e nutrição, visando promover a saúde e um melhor estado nutricional das populações de cada país. Devem respeitar os hábitos alimentares e a disponibilidade dos alimentos locais...” (PHILIPPI, 2008, p.9)

A Pirâmide dos Alimentos adaptada à população preconizava a quantidade de energia diária entre 1.600 a 2.800 kcal. A ingestão calórica adequada depende de fatores como idade, sexo, altura, nível de atividade física, além de outros fatores como alimentação fora e dentro do domicílio. (PHILIPPI, 1999).

Para compor a avaliação, foram organizados os oito grupos compostos com alimentos semelhantes. Foi definido o número de porções diárias para cada grupo. As dietas foram elaboradas com alimentos típicos e do hábito alimentar do brasileiro e distribuídos em seis refeições (café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e lanche da noite). Estão apresentados de forma clara, facilitando o entendimento e a aplicação (PHILIPPI, 1999).

Em 2005, Philippi adaptou a Pirâmide dos Alimentos para 2.000 Kcal, adequando-a à nova proposta de uma pirâmide alimentar americana e à legislação de rotulagem e do *Guia Alimentar* publicado pelo Ministério da Saúde. A pirâmide, como pode ser observado no Quadro 3 e Figura 4, está dividida em níveis, a partir da base, e foi mantida a apresentação dos 8 grupos de alimentos (PHILIPPI 2008):

Quadro 3 – Níveis da Pirâmide de Alimentos (2.00kcal)

Nível	Alimentos	Porções
Primeiro	Grupo do arroz, pão, massa, batata e mandioca	Seis
Segundo	Grupo dos legumes e verduras Grupo das frutas	Três de cada
Terceiro	Grupo do leite, queijo e iogurte Grupo das carnes e ovos – grupo dos feijões	Uma de cada
Quarto	Grupo dos óleos e gorduras Grupo dos açúcares e doces	Uma de cada

Fonte: Elaborado pela autora com base em Philippi, 2008

Para contribuir na melhoria da qualidade de vida da população “a pirâmide alimentar é um instrumento de orientação nutricional utilizado por profissionais com o objetivo de promover mudanças de hábito alimentares visando à saúde global do indivíduo e à prevenção de doenças” (PHILIPPI,1999, p.66).

FIGURA 3 – Pirâmide dos Alimentos (2.000 Kcal)

Fonte: Transcrito de PHILIPPI, 2008.

A partir da década de 1990 e com a implementação do Plano Real, a dieta do brasileiro sofreu alterações (SILVA, 1998), principalmente, com o crescimento do *fast food* e o aumento da demanda por carne bovina e de frango. As mudanças na organização do trabalho, acelerando o ritmo, aumentando as atribuições, levaram o trabalhador brasileiro, também, a alterar seus hábitos alimentares. Se, de um lado, o surgimento do sistema *self-service* e restaurantes por quilo facilitam o acesso à alimentação, de outro, a composição dos alimentos na refeição nem sempre pode ser mais definida por um nutricionista em unidades de alimentação como um restaurante empresarial.

Refeição deve ser entendida como um grupo de alimentos consumidos em um determinado horário, que pela constituição, forma de preparo e tipo constituem um momento característico do dia alimentar (PHILIPPI, 2000, p.48).

A diminuição de ingestão de alimentos *in natura*, que também têm sido substituído por alimentos industrializados, como observam Aquino e Philippi (2002) em seu artigo sobre o consumo de produtos industrializados, alertam para o fato de que:

[...] a diversidade e o aumento da oferta de alimentos industrializados podem influenciar os padrões alimentares da população, principalmente a infantil, uma vez que os primeiros anos de vida se destacam como um período muito importante para o estabelecimento de hábitos. O consumo inadequado, em excesso e muito freqüente destes alimentos, pode comprometer a saúde nesta fase e na idade adulta. Muitos alimentos industrializados são ricos em gorduras e carboidratos refinados, apresentando elevado valor energético.

Em estudo sobre a disponibilidade domiciliar de alimentos nas áreas metropolitanas do País, no período 1974- 2003, foi constatado que a participação na dieta de refeições prontas e misturas industrializadas foi três vezes maior no meio urbano do que no meio rural (LEVY-COSTA, 2005,p.535).

Levy-Costa (2005), aponta para tendências desfavoráveis do padrão alimentar, sobretudo, do ponto de vista das Doenças Crônicas não Transmissíveis (DCNT) “e outras enfermidades

crônicas associadas a dietas com alta densidade energética, escassez de fibras e micronutrientes e excesso de gorduras em geral e de gorduras saturadas” (p.538).

O binômio: Saúde e Alimentação são fundamentais para a QVT; em seu estudo Cunha (2000, p.27) enfatiza a importância da Segurança Alimentar. Rodrigues (2008) investiga a relação tipo de alimentação à incidência de doenças, como obesidade, hipertensão, doenças cardiovasculares, entre outras. Estes são exemplo de pesquisas recente que estudam esta relação.

Um adequado comportamento nutricional implica que todos os cidadãos consumam alimentos seguros que satisfaçam suas necessidades nutricionais, seus hábitos e práticas alimentares culturalmente construídas, desde que saudáveis e promovam sua saúde.

De acordo com Levi-Costa (2003), a qualidade da alimentação de um povo está relacionada às modificações sociais ocorridas na vida urbana, como, por exemplo, a entrada da mulher no mercado de trabalho, o desenvolvimento da tecnologia no processamento de alimentos vinculados. A influência de fatores socioeconômicos, culturais propiciam diferentes padrões de alimentação saudáveis ou não (POPKIN, 1993).

Além da diversidade da oferta de alimentos, outros fatores importantes a serem destacados, que influenciam os hábitos alimentares são: o paladar como um critério forte de escolha na composição dos alimentos nas refeições, e o *Marketing* (BARETTO, 2001).

Para se ter um a alimentação saudável, Philippi (2008, p.22) recomenda que ela seja:

[...] planejada com alimentos de todos os tipos, de procedência conhecida, de preferência naturais e preparados de forma a preservar o valor nutritivo e os aspectos sensoriais. Os alimentos devem ser consumidos em refeições, em ambientes calmos, visando a satisfação das necessidades nutricionais, emocionais e sociais, para promoção de uma qualidade de vida saudável.

A pesquisa do estado nutricional tem sido realizada em estudos que avaliam a influência do estilo de vida saudável na determinação do desenvolvimento de DCNT. Rodrigues (2008)

avaliou o risco cardiovascular em executivos da Região Sudeste do Brasil, submetidos à avaliação de saúde periódica. Os indivíduos ocupavam cargos de presidência, diretoria, superintendência e gerência de empresas nacionais e multinacionais. Para determinação do estado nutricional utilizou-se o Índice de Massa Corporal (IMC), dado pela relação: $(\text{peso [kg]}) / (\text{altura [m]}^2)$ e utilizados os parâmetros da WHO (1995). Segundo a autora, a população de executivos apresentou-se com excesso de peso (IMC médio = 26,1 kg/m²), e mais da metade (53,5%) estava acima do IMC adequado (RODRIGUES, 2008).

Quadro 4 – Índice de Massa Corporal (IMC)

Classificação	IMC (Kg/m²)
Magreza severa	<16,0
Magreza moderada	16,0 - 16,9
Magreza leve	17,0 - 18,4
Normal	18,5 - 24,9
Sobrepeso	25,0 - 29,9
Obesidade grau I	30,0 - 34,9
Obesidade grau II	35,0 - 39,9
Obesidade grau III	> 40,0

Fonte: Adaptado de WHO,1995, WHO,2000 e OMS 2004

De acordo com recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS), utiliza-se o Índice de Massa Corporal (IMC) (peso em kg dividido pelo quadrado da altura em metro) para avaliação do perfil antropométrico-nutricional de populações de adultos (Quadro 4). Em 2003, A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada no Brasil identificou que o excesso de peso afetava 41,1% dos homens e 40% das mulheres. Os obesos representavam 20% do total de homens e um terço das mulheres com excesso de peso (IBGE, 2004).

A Organização Mundial da Saúde propôs a Estratégia Global (EG) para Alimentação, Atividade Física e Saúde, com o intuito de combater a DCNT. Consideram-se fatores de risco ao aparecimento destas doenças: alto consumo de alimentos hipercalóricos e pouco nutritivos, com teor elevado de gordura, açúcares e sal, associados a uma menor atividade física em casa, na escola, no trabalho e nos deslocamentos, além do tabagismo (WHO, 2004).

Estão entre os objetivos da Estratégia Global:

- *Reduzir* os fatores de risco de DCNT associadas a uma alimentação pouco saudável e a inatividade física, mediante medidas de promoção da saúde e prevenção da morbidade.
- *Promover* a consciência e o conhecimento geral sobre alimentação saudável e atividade física, assim como do potencial positivo das intervenções de prevenção;
- *Fomentar* o estabelecimento, o fortalecimento e a aplicação de políticas e planos de ação mundial, regionais, nacionais e comunitários, direcionados a melhorar a alimentação e aumentar a atividade física.

3.3.1 COMPORTAMENTO ALIMENTAR

Para Philippi (2008), o alimento não constitui apenas um combustível para o ser humano, apesar de ser fonte de energia e nutrientes. Existe uma importante relação emocional e social com o alimento. A autora afirma que a “relação emocional que tem início no aleitamento materno ao receber alimento dos adultos, numa perpetuação da relação de bem-estar advinda do ato de ser alimentado” (PHILIPPI, 2004, p11).

A relação social com o alimento fica evidenciada no ato de participar de refeições em conjunto, celebrar datas em torno de uma mesa, servir alimentos para visita, de preparar refeições comemorativas. A cultura também pode influenciar, pois os alimentos adquirem valores diferenciados conforme, o país ou povo (PHILIPPI, 2004, p11).

Os hábitos alimentares foram objeto de estudos em diversos segmentos populacionais: funcionários de banco estatal (FONSECA, 1999); em adolescentes secundaristas em Porto Alegre (FEIJÓ, 1997); mulheres (GOMES, 2003; SOBRAL, 2007) e de modelos adolescentes brasileiras (FISBERG, 2002). O hábito alimentar se configura pela prática cotidiana estabelecida na dieta de uma pessoa ou grupo.

A alimentação, como foi descrito anteriormente, tem importantes componentes emocionais e sociais e o comportamento alimentar engloba, também, as atitudes do indivíduo com relação aos alimentos e com relação à sua dieta. Atitude com relação aos alimentos varia de acordo com a diversidade geográfica, os hábitos regionais, o prestígio social, o local onde a refeição é preparada e consumida (dentro ou fora do domicílio), refletindo-se também no padrão e tamanho das porções (PHILIPPI, 2008, p. 4).

Entende-se por atitude um conjunto de percepções que proporcionam significado a situações vividas, é a forma de agir. O comportamento é a manifestação da atitude, ele expressa as opiniões, valores, crenças, pensamentos sobre determinado fato do cotidiano de uma pessoa. Para Maisonneuve (1977) uma atitude consiste:

[...] numa posição (mais ou menos cristalizada) de um agente relativamente a um objecto (pessoa, grupo, situação ou valor”; exprime-se mais ou menos abertamente através de diversos sintomas ou indicadores (palavras, tons, gestos, actos, escolhas – ou a sua ausência); exerce uma função cognitiva, energética e reguladora nos comportamentos que lhe estão subjacentes.(p. 94)

Não se pode confundir atitude com comportamento. Atitude é a predisposição, o que uma pessoa pensa, sente e deseja fazer em relação a um objeto; o comportamento é a manifestação observável da ação que a pessoa realiza, que também é influenciada pelo que ela deve fazer (regras e normas sociais) em relação a este objeto. No comportamento estão explicitados os hábitos e padrões sociais.

Oppenheim (1966) definiu atitude levando em conta estes elementos:

Atitude é uma organização duradoura de crenças e organizações em geral, dotada de carga afetiva pró ou contra um objeto definido, que predispõe a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a este objeto.

Numa atitude podemos considerar 3 dimensões:

- *Cognitiva*: uma atitude inclui um conjunto de crenças e julgamentos sobre um objeto; são percepções e informação que aceitamos sobre uma situação, um acontecimento, um conceito; é o que acreditamos ou avaliamos como verdadeiro para agir em relação ao objeto.
- *Afetiva*: são os sentimentos positivos ou negativos desenvolvidos em relação ao objeto; são os componentes emocionais, ligados ao sistema de valores da pessoa. É a forma como o indivíduo sente ou vivencia a situação. É a sensação de satisfação, de gostar ou não do objeto atitudinal.
- *Conativa*: é a ação propriamente dita, é constituída pelo conjunto de reações de um sujeito em face do objeto da atitude. É a maneira que a pessoa se comporta em determinada situação. Tendência para agir de forma coerente com as demais dimensões (PEREIRA, 2001).

A combinação entre as três dimensões é que organiza o modo de agir de uma pessoa. A atitude orienta e explica o comportamento humano ante determinado fenômeno ou situação de vida. O estudo sobre as atitudes são de interesse de diferentes disciplinas científicas, além da Psicologia e Sociologia. Muitas definições podem ser encontradas, algumas que se complementam e outras que conflitam entre si. Usoro (2000) aponta que atitudes em relação à tecnologia da informação (TI), várias definições e descrições que encontrou nos seus estudos para conceito:

Um complexo de sentimentos, desejos, medos, convicções, preconceitos, ou outras tendências que têm dado um conjunto ou de prontidão para agir no sentido de uma pessoa por causa de experiências variadas. (CHAVE, 1928, p 365)

Uma organização duradoura de processos motivacionais emocional, perceptivo, cognitivo e com respeito a algum aspecto do mundo do indivíduo. (KRECH e CRUTCHFIELD, 1948, p 89)

Uma predisposição aprendida para responder de uma maneira consistente favorável ou desfavorável em relação a um determinado objeto.” (FISHBEIN e AJZEN, 1975, p 6)

Um sistema permanente de três componentes de central sobre um único objeto: as crenças sobre o objeto - o componente cognitivo, o afeto ligado com o objeto - o componente de sentimento, a disposição de tomar medidas com relação ao objeto - a componente tendência de ação. (KRECH et al., 1962, p 146)

Pode-se, resumidamente, caracterizar a atitude por alguns elementos, que são encontrados nas descrições de diversos especialistas sobre o tema (MAISONNEUVE, 1977).

- A atitude é aprendida no processo de socialização, não é inata.
- É durável e susceptível a mudanças, de acordo com a experiência e vivência pessoal:
- É dinâmica, situa-se na relação entre sujeito e objeto, é contextualizada:

As atitudes, segundo Pereira (2001), possuem funções importantes de mediação entre o sujeito e objeto atitudinal:

- *Função motivacional*: ajuda o sujeito a se posicionar e expressar-se ante os outros, posição de defesa e proteção do ego;
- *Função social*: ajuda o sujeito a se identificar com grupos e posicionar-se diante da realidade social;
- *Função cognitiva*: construção de julgamentos e seletividade, ajuda na organização da percepção, da aprendizagem e da memória

Estudos recentes incluem a intenção como componente da atitude. A *Teoria do Comportamento Planejado*, de Fishbein & Ajzen, 1975, indica que na base das atitudes encontram-se as expectativas de que a realização do comportamento em causa permite alcançar o resultado pretendido. A intenção de realizar determinado comportamento é o mais importante para sua concretização. Pode-se afirmar que, quanto mais favorável à *atitude* com respeito ao comportamento

e maior a percepção de controle comportamental, mais forte deverá ser a intenção individual para desempenhar o comportamento em questão (AJZEN e FISHBEIN, 2000, p. 14; apud LOPES, 2005).

Em se tratando de alimentação, o comportamento alimentar refere-se a todas as formas de convívio com o alimento. Pode ser compreendido por um conjunto de ações realizadas em relação ao alimento, que tem início com o momento da decisão, disponibilidade, modo de preparo, utensílios usados, preferências e aversões (PHILIPPI, 1999, p. 160-78; 2008, p. 34). As dimensões cognitivas, afetivas e conativas estão presentes também na concepção de alimentação humana. Veja na definição de comportamento alimentar:

O comportamento alimentar inclui: *o quê* comemos, *como e com o que* comemos, *com quem* comemos, *onde* comemos, *quando* comemos, *por que* comemos o que comemos, em quais situações comemos, o que pensamos e sentimos com relação ao alimento. (GARCIA, 1999, in PHILIPPI, 2004, p. 33)

Alvarenga (2001) em seus estudos analisou o padrão e comportamento alimentares de pacientes com bulimia nervosa, buscando conhecimento em profundidade das atitudes em relação à alimentação em pacientes com transtorno alimentar. Busca na sua pesquisa uma abordagem mais eficiente na mudança do comportamento alimentar deste grupo.

Nos seus estudos, esta autora entende por padrão alimentar:

a constituição da dieta do indivíduo, seu aporte calórico, distribuição de nutrientes e adequação às necessidades fisiológicas. Os horários, regularidade e frequência das refeições também podem caracterizar o padrão alimentar. (ALVARENGA, 2001, p. 36)

O comportamento alimentar considera aspectos comportamentais do indivíduo com relação à dieta e suas atitudes para com os alimentos. Para esta autora, o comportamento alimentar ideal é compreendido da seguinte forma:

(...) incluiria a correta seleção dos alimentos, sem restrições aleatórias e a não utilização de produtos dietéticos sem orientação profissional. Durante as refeições

ções, é importante comer sentado à mesa, mastigar bem os alimentos, não ingerir grande quantidade de líquido, não assistir TV ou ler, comer uma quantidade racional de alimentos, preparados em sua forma usual e higienizados e parar de comer quando estiver saciado. É desejável, ainda, saber como se comportar em ocasiões sociais em que o alimento se faz presente. (ALVARENGA, 2001, p.38)

Ramos (2000), também, relaciona hábitos e comportamento alimentar, afirma que os alimentos ou tipo de alimentação que os indivíduos consomem rotineiramente e repetidamente no seu cotidiano caracterizam o seu hábito. Porém, outros fatores influenciam a aquisição do comportamento alimentar. Para o autor “as escolhas alimentares, a quantidade dos alimentos, o tempo e o intervalo para comer, enfim, as regras e normas da alimentação são estabelecidas pelo grupo social” (p.230).

Um elemento cultural importante que contribui para o desenvolvimento do comportamento alimentar é o grupo familiar. A família é responsável pela transmissão da cultura alimentar. Segundo Ramos (2000, p.231), “A criança aprende sobre a sensação de fome e saciedade, e desenvolve a percepção para os sabores e as suas preferências, iniciando a formação do seu comportamento alimentar”.

As refeições em família são consideradas, segundo Rossi (2008), um importante evento na promoção de uma alimentação saudável. Em seus estudos identificou que o aspecto de maior influência ambiental nas práticas alimentares para a criança é a família, estes desempenham um papel crucial nas escolhas e preparo de alimentos, e no estabelecimento de hábitos alimentares futuros. Jovens adultos relacionam suas práticas de alimentação às utilizadas pelos pais durante suas infâncias. Na conclusão de seu estudo, a autora afirma que, embora a família seja um importante determinante na formação dos hábitos alimentares, outros fatores como a escola, a rede social, as condições socioeconômicas e culturais podem também influenciar no processo de aprendizagem das preferências e hábitos alimentares da criança (ROSSI, 2008).

As preferências alimentares são fundamentalmente formadas pela associação de três fatores: (1) percepção sensorial dos alimentos, (2) consequência pela ingestão dos alimentos; e (3) contexto social (RAMOS, 2000).

Reafirmando a dimensão cultural da alimentação, Tonial (2001) aborda os significados diversos que um mesmo alimento pode ter em diferentes grupos sociais, além das formas de cultivo e preparo, os eventos alimentares podem estar relacionados com ritos sagrados, festividades, afeto, tabus, proibições e religiosidade. A autora identifica inúmeras variações culturais ligadas à alimentação. Por exemplo, para os brasileiros a principal refeição é o almoço, para os americanos é o café da manhã. O abacate é ingerido com sal no México, no Brasil é servido com açúcar. Há diferença simbólica entre culturas no consumo de alimentos como carne de vaca, de cobra, de cachorro, cavalo e insetos entre outros. O significado cultural destes animais em diferentes povos faz com o sejam ou não considerados alimentos adequados e aceitos socialmente.

A autora também destaca o papel simbólico que assumem alguns alimentos ou preparações e que servem como elo e preservação de costumes entre gerações de membros de uma cultura. Estas preparações adquirem um caráter de memória afetiva em relação à origem cultural. Exemplos como: o uso do azeite pelas famílias de origem portuguesa; a macarronada de domingo preparada pelos descendentes de italianos; o pão-de-queijo no lanche da tarde das famílias mineiras. É um fator significativo na manutenção e conservadorismo dos hábitos alimentares. Contudo, considera que a socialização alimentar nas sociedades urbanas não são estáticas e as pessoas vão incorporando novas práticas de acordo com a cultura na qual está inserida (TONIAL, 2001)

O alimento está cheio de simbologias e carregado de diferentes significados, no plano de comunidades, culturas, famílias e indivíduos. O ato de comer envolve muito mais do que selecionar o que é mais saudável (...) Portanto, comer adequadamente está relacionado com um comportamento socialmente aceitável, flexível e que traga satisfação (PHILIPPI, 2004, p.34).

A dimensão afetiva da alimentação engloba a relação com o outro, está presente nas refeições familiares, momentos de encontro com amigos, de conversação e de troca de informações. Caracteriza formas de sociabilidade bastante ricas e prazerosas do comportamento alimentar (ROMANELLI, 2006).

O comportamento alimentar está ligado à nossa identidade social. Mintz (2001, p.31) afirma que nossas atitudes em relação à comida são normalmente aprendidas cedo e bem, e transmitidas por adultos afetivamente poderosos, o que confere ao nosso comportamento um poder sentimental duradouro.

Mintz (2001) afirma que o ato de comer é uma atividade central na vida do homem, além da necessidade e da frequência diária, permitem-se fazer escolhas. Para ele “os hábitos alimentares podem mudar inteiramente quando crescemos, mas a memória e o peso do primeiro aprendizado alimentar e algumas das formas sociais aprendidas através dele permanecem, talvez para sempre, em nossa consciência”.

Romanelli (2006) ressalta que a alimentação não é ato solitário, mas é atividade social, sempre envolve outras pessoas na produção de alimentos, em seu preparo e, sobretudo, na própria comensalidade. O autor pondera que, como uma atividade social, a alimentação cria e mantém ricas formas de sociabilidades. Considera o ato de alimentar-se um processo social complexo sempre mediado por regras dietéticas, com diversas origens e finalidades. Assim, elaboram-se cardápios a partir do conhecimento científico, do senso comum, das religiões, mantêm ou excluem alimentos considerados culturalmente como nocivos ou benéficos (ROMANELLI, 2006).

Este autor conclui que quanto a uma modificação de costumes alimentares, não basta ter acesso ao saber científico para propor uma alimentação saudável, faz-se necessário considerar que o comportamento alimentar “convive tensamente com valores simbólicos e com os prazeres propiciados pela comida, sejam eles gustativos, psicológicos ou sociais, isto é, provenientes das relações criadas em torno das refeições” (ROMANELLI, 2006, p.336).

Para entender o padrão e comportamento alimentar de qualquer grupo humano, é fundamental considerar os elementos econômicos, históricos, sociais e culturais que configuram a sociedade em que estão inseridos e, principalmente, ater-se às especificidades interna do grupo social em estudo (TONIAL, 2001).

Entende-se por qualidade de vida aquilo que é bom, desejável, saudável, e compensador nas esferas pessoal, social, afetiva e profissional. Para que o indivíduo tenha uma boa qualidade de vida, torna-se necessária a integração de todas as áreas, considerando-se a alimentação saudável uma condição essencial para a promoção da saúde (PHILIPPI, 2008, p. 3).

A pesquisa sobre comportamento alimentar de empreendedores e sua percepção sobre a QVT são relevantes, tanto para o próprio grupo de empreendedores em atuação (mais de quatorze milhões de pessoas no País, conforme dadas da pesquisa GEM, (2009), conhecer seu estilo de vida, quanto pela possibilidade de multiplicação de atitude alimentar e gestão da QVT, que podem realizar como grupo social de forte representatividade na sociedade.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O conhecimento científico é sempre uma busca de articulação entre uma teoria e a realidade empírica; o método é o fio condutor para se formular esta articulação. Ele tem um papel instrumental, é a “própria alma do conteúdo”, como dizia Lenin (1965) (MINAYO, 1993, p.240).

Para GIL (1996, p.19), a pesquisa se faz necessária quando não se tem conhecimento suficiente para uma resposta ao problema ou quando existe uma desordem em relação aos elementos que torna difícil relacioná-los ao problema. A pesquisa se desenvolve a partir de conhecimentos disponíveis e utilização criteriosa de métodos e técnicas científicas. A Figura 5 descreve as fases do processo de pesquisa.

FIGURA 4 – Diagrama da pesquisa (GIL, 1996).

Segundo André-Egg (apud MARCONI, 2007, p. 157), pesquisa é “um procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico que permite descobrir novos fatos ou dados, relações e leis, em qualquer campo de conhecimento”. A pesquisa de campo é utilizada para conseguir informações sobre novos fenômenos, um problema para o qual se quer uma resposta, ou analisar a relação entre eles (p.188).

4.1 NATUREZA E MÉTODO

Para entendemos de uma forma mais genérica, método de pesquisa significa “a escolha de procedimentos sistemático para descrição e explicação de fenômenos”. (RICHARDSON, 1997, p. 29). Para este autor, os métodos científicos consistem em delimitar o problema, realizar observações e interpretá-las a partir das relações encontradas, fundamentando-se, se possível, nas teorias existentes.

Existem três tipos de estudos com finalidades diferentes: exploratórios; descritivos; e experimental (ou causal) (MALHORTA, 2006; MARCONI, 2006; TRIVINOS, 1987). São caracterizados por Trivinos (1987) como:

- *Exploratório*: buscam maior conhecimento sobre o fenômeno, permite aumentar a experiência do pesquisador em relação ao problema. É utilizado para encontrar elementos para obter resultado que o pesquisador deseja. Pode servir para levantar possíveis problemas de pesquisa.
- *Descritivo*: pretende descrever com exatidão os fatos e fenômenos de uma realidade, pode estabelecer relações entre variáveis sobre uma determinada realidade, uma comunidade ou um grupo específico.
- *Experimentais*: estabelecem as causas dos fenômenos, verificando a relação causal entre as variáveis que atuam. “O experimento é criticado nas ciências sociais e na educação, bem como em outros campos do saber” (TRIVINOS, 1987, p. 112).

Nas Ciências Sociais aplicadas, o método exploratório é bastante difundido, pois existem casos de pesquisas em que não existe um sistema conhecimento desenvolvido sobre o tema, sendo então um certo pioneirismo do pesquisador descrever as variáveis que quer conhecer, bem como, a caracterização quantitativa ou qualitativa destas (KOCH, 1997).

Dessa forma, o presente estudo propõe como procedimento metodológico a pesquisa exploratória, cuja aplicação tem por finalidade a elaboração de instrumento de pesquisa adequado à realidade do grupo de empreendedores a ser investigado, possibilitando no futuro a utilização de outros tipos de pesquisa.

4.1.2 MÉTODO DE PESQUISA

Método de pesquisa são os procedimentos científicos escolhidos pelo pesquisador para descrever e explicar o fenômeno estudado. Segundo Marconi (2006, p. 83), “método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo”. Método científico é a teoria da investigação que alcança os objetivos propostos por meio de etapas que vão do descobrimento do problema à prova da solução (2006, p.106).

4.1.3 QUANTITATIVA E QUALITATIVA

O método deve estar apropriado ao tipo de estudo. Para Richardson (1997, p. 29), o método científico é classificado de forma ampla em quantitativo e qualitativo, eles se diferenciam pela forma de abordagem do problema, e é a natureza e o nível de aprofundamento do problema que determinam sua escolha.

Método quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto na coleta de informações como no tratamento estatístico dessas. É amplamente utilizado com a intenção de garantir a precisão dos resultados e é frequentemente aplicado em estudos descritivos que investigam a relação entre os fenômenos e suas causas (RICHARDSON, 1997, p. 29).

A abordagem qualitativa realiza uma aproximação fundamental e de intimidade entre sujeito e objeto, uma vez que ambos são da mesma natureza, as estruturas e as relações tornam-se significativas. É exatamente esse nível mais profundo — o nível dos significados, motivos, aspirações, atitudes, crenças e valores, que se expressa pela linguagem comum e na vida cotidiana — o objeto da abordagem qualitativa (MINAYO, 1993, p. 245).

Do ponto de vista metodológico, não há contradição, e nem há continuidade, entre investigação quantitativa e qualitativa. As duas são de natureza diferente. A primeira atua em níveis da realidade, onde os dados se apresentam aos sentidos: “níveis ecológicos e morfológicos”, na linguagem de Gurvitch (1955). A segunda trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões (MINAYO, 1993, p.247).

A discussão do quantitativo *versus* qualitativo tem origem nas diferenças de percepção da realidade social. A abordagem quantitativa traz a questão da objetividade, isto é, os dados da realidade social seriam objetivos se produzidos por instrumentos padronizados e pela observação neutra do pesquisador (MINAYO, 2004, p.30). A crítica que se faz a esta abordagem é que ela restringe a realidade social apenas ao que pode ser observado e quantificado. Para Malhorta (2006), as pesquisas quantitativas e qualitativas podem ser consideradas complementares e não excludentes. O Quadro 5 resume as diferenças entre as duas metodologias.

Quadro 5 – Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa

	Pesquisa qualitativa	Pesquisa quantitativa
Objetivo	Alcançar uma compreensão qualitativa das razões e motivações subjacentes	Quantificar os dados e generalizar os resultados da amostra para a população alvo
Amostra	Numero pequeno de casos não-representativos	Grande número de casos representativos
Coleta de dados	Não estruturada	estruturada
Análise dos dados	Não estatística	Estatística
Resultados	Desenvolvem uma compreensão inicial	Recomendam uma linha de ação final

Fonte: Malhorta(2006).

Para Minayo (2004, p. 21), “O objeto das ciências sociais é essencialmente qualitativo”. A questão do homem como ator social ganha força e a subjetividade passa a ser considerada como parte integrante da singularidade do fenômeno social (MINAYO, 2004, p. 34). Segundo esta autora, a saúde é um campo das Ciências Sociais, refere-se a uma realidade complexa e requer uma demanda de conhecimentos distintos; enquanto questão humana e existencial é compartilhada indistintamente por todos os segmentos sociais (MINAYO, 2004).

Para que o trabalho em uma pesquisa qualitativa deve-se ter uma boa aproximação com as pessoas selecionadas pelo estudo, os grupos devem ser esclarecidos sobre o que se pretende investigar e as possíveis repercussões futuras, a postura do pesquisador deve facilitar a cooperação e evitar constrangimentos. Para finalizar, para se conseguir um bom trabalho é fundamental fortalecer os laços entre investigador e população desenvolvendo um compromisso com as pessoas investigadas, propiciado o retorno dos resultados alcançados (MINAYO, 1994).

O tema desta pesquisa é complexo, pretende analisar a relação entre o comportamento alimentar e a qualidade de vida no trabalho de empreendedores e, para tanto, optou-se por utilizar o método quantitativo e qualitativo.

4.2 DESENHO DO PROBLEMA

FIGURA 5 – Desenho do problema e hipótese (Elaborada pela autora).

Definimos como variáveis de estudo a qualidade de vida no trabalho e comportamento alimentar. O parâmetro central deste estudo é o empreendedor como trabalhador e proprietário de empresa. Será considerada nesta pesquisa a relação que pode haver entre a satisfação com a qualidade de vida no trabalho e a manutenção de hábitos e padrões alimentares saudáveis.

4.2.1 HIPÓTESES E PRESSUPOSTOS DE PESQUISA

- Os empreendedores reconhecem a importância QVT na sua atividade empresarial;
- Os empreendedores se alimentam mal por causa da baixa qualidade dos alimentos que ingerem e pelo tempo dedicado à alimentação durante o período de trabalho;

- Os empreendedores não percebem seu comportamento alimentar como elemento importante de sua qualidade de vida no trabalho (“Não tenho tempo nem para comer”... só deu para comer um sanduíche...).

4.3 POPULAÇÃO DE ESTUDO

População ou universo de estudo é o conjunto de seres animado ou inanimado que apresentam pelo menos uma característica em comum (MARCONI, 2006, p.224). Para esta pesquisa, o universo de pesquisa foi: empreendedores (toda pessoa que instala, inicia e mantém um negócio, são considerados iniciantes, aqueles que têm um empreendimento de até 42 meses de implantação; e empreendedores *estabelecidos*, aqueles donos de negócios que possuem mais de 42 meses de instalação conforme definição do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (PASSOS, 2008).

4.3.1 AMOSTRA

O conceito de amostra é uma parcela ou porção selecionada da população, é um subconjunto (MARCONI, 2006). A escolha da amostra, normalmente, é utilizada em pesquisa pela impossibilidade de se obterem informações de todos os indivíduos da população que se deseja estudar. Para resguardar a cientificidade do estudo, a amostra deve ser representativa e, para tal, é necessário que se definam quantos indivíduos participarão da amostra e como selecioná-los (BARROS, LEHFELD, 1986, p. 105).

Existem basicamente dois tipos de seleção de uma amostra: probabilística, pelo qual todos os indivíduos do universo têm a mesma chance de serem escolhidos; e a não probabilística, quando é composta de forma intencional e os elementos são selecionados de forma aleatória pelo pesquisador, neste caso, os resultados não podem ser generalizados (BARROS, LEHFELD, 1986, p. 106; MARCONI, 2006, p. 226).

A amostra deste estudo é formada de empreendedores selecionados e ligados ao Programa de Incubadora¹ do Estado de São Paulo. Portanto, foi uma amostra não probabilística. São aproximadamente setenta empreendedores de alto-potencial que passam por um processo seletivo criterioso, no qual são avaliados pela sua iniciativa empreendedora. Estes empreendedores possuem empresas vinculadas a um sistema de apoio realizado em parceria com entidades empresariais, universidades e o Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE-SP). Desde 1991 o SEBRAE apoia o desenvolvimento de projetos empresarial inovadores em um ambiente físico compartilhado, e prestação de serviços ao empreendedor denominado incubadoras.

Foram priorizados os grupos de empreendedores ligados às seguintes incubadoras:

- Centro Incubador de Empresas Tecnológicas – USP (CIETEC),² localizado na Cidade Universitária em São Paulo;
- Incubadora de São Bernardo do Campo (IEBESC);³
- Incubadora Guarulhos;⁴
- Centro para a Competitividade e Inovação do Cone Leste (CECOMPI) São Jose dos Campos;⁵
- Incubadora tecnológica UNIVAP – São José dos Campos.⁶

4.4 DEFINIÇÃO DAS VARIÁVEIS

Entende-se como variáveis os “elementos ou valores característicos de um fato ou conceito a ser estudado, tendo como base a expectativa de serem aspectos de impacto significativo para se manipular a situação proposta” (LIMONGI-FRANÇA, 1996. p 74).

¹ Atualmente estão em atividade 64 incubadoras no estado de São Paulo , atendendo a 1500 empreendedores. Dados Sebrae- SP (www.sebraesp.com.br)

² O Cietec - inaugurado em abril de 1998, em São Paulo, a partir de um convênio entre a Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico do Estado, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP), a Universidade de São Paulo (USP), a Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN) .

³ <http://www.iesbec.com.br/>

⁴ <http://www.incubadoraguarulhos.com.br/>

⁵ <http://www.cecompi.org.br/>

⁶ <http://www.incubadoraunivap.com.br/>

As variáveis de um estudo podem ser quantitativas (expressas em valores numéricos e percentuais) ou qualitativas. As variáveis qualitativas, por sua vez, podem ser funcionais – ou seja, uma abstração da função do objeto; ou estrutural, que é uma abstração das características do objeto (RICHARDSON, 1997, p.25).

A Qualidade de Vida no Trabalho e o Comportamento Alimentar serão trabalhados, respectivamente, como variáveis independentes e dependentes. Tendo como base a visão biopsicossocial. A QVT será a variável independente e tem como definição operacional as ações e a satisfação do empreendedor nas dimensões biológicas, psicológicas, sociais e organizacionais.

As variáveis independentes referem-se ao grau de satisfação dos empreendedores quanto à capacidade de uma gestão empresarial compatível voltadas para a *performance* de seu próprio bem-estar.

Quadro 6 – Variáveis independentes: grau de satisfação dos empreendedores

Área de investigação	Descrição	Indicador específico
Organizacional	Satisfação percebida com relação à política organizacional: o que a empresa faz e reflete no empreendedor.	▪ Imagem da empresa
		▪ Valorização do produto
		▪ Qualidade da comunicação interna
Social	Satisfação percebida quanto ao suporte social de benefícios legais e espontâneos	▪ Envolvimento da família
		▪ Investimento em educação formal
		▪ Oportunidade de lazer
Psicológica	Satisfação percebida quanto ao atendimento das necessidades individuais de reconhecimento, auto-estima e desenvolvimento.	▪ Renda pessoal
		▪ Avaliação de desempenho/carreira
		▪ Camaradagem
		▪ Vida pessoal preservada
Biológica	Satisfação percebida quanto às ações que garantam bem-estar físico ou recuperação de doenças e manifestações clínicas.	▪ Prevenção de doenças
		▪ Convenio médico
		▪ Atividade física
		▪ Alimentação

Fonte: Transcrito de Limongi-França (1996).

As variáveis dependentes são complementares, uma a uma, a cada variável independente do mesmo foco. A medida dessas variáveis está no grau de necessidade pessoal para cada fator.

Quadro 7 – Variáveis escolhidas para o estudo da percepção de QVT

Área de investigação	Significado de QVT
Biológica	Saúde
	Segurança
	Ausência de acidentes
Psicológica	Amor
	Paz
	Realização pessoal
Social	Confiança
	Amizade
	Responsabilidade
Organizacional	Investimento
	Humanismo
	Competitividade

Fonte: Transcrito de Limongi-França (1996)

As variáveis qualitativas, elencadas no Quadro 7, foram redistribuídas de forma aleatória na questão para que as respostas não fossem conduzidas. A intenção foi identificar o significado para QVT, para medir o grau de exigência de qualidade de vida do ponto de vista pessoal do empreendedor. No Quadro 8 estão identificadas as variáveis que poderão medir o nível de tensão e as expectativas pessoais de QVT.

Quadro 8 – Variáveis escolhida para o estudo do estado de tensão e expectativas de QVT

Variáveis qualitativas de autopercepção de bem-estar
▪ Sensação de bem-estar no trabalho
▪ Estado geral de tensão (stress) pessoal
▪ Satisfação com o seu modo próprio de viver o dia a dia (estilo de vida)
▪ Adequação das Ações de QVT da sua empresa para as suas necessidades pessoais
▪ Importância da QVT para o resultado do seu trabalho

Fonte: Transcrito de Limongi-frança (BPSO96)

A *variável dependente* refere-se ao comportamento alimentar que tem como definição operacional as ações nas dimensões conativa, cognitiva e emocional: quantidade de refeições realizadas habitualmente, o tempo gasto por refeição, alimentos consumidos e rejeitados, complementos alimentares; crenças em relação a alimentos, sensação de prazer ou culpa ao alimentar, percepção sobre qualidade das refeições, rituais para refeições.

Quadro 9 – Variáveis dependentes: Dimensões conativa; cognitiva e emocional

Atitude	
Dimensões	Item
Conativa	▪ Você considera que come: rápido ou devagar
	▪ Como você costuma fazer suas refeições?
	▪ Costuma preparar refeição só para você?
	▪ Quando vai a festas, você come de maneira diferente do rotineiro?
	▪ Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?
	▪ Você faz suas refeições (Almoço):
	▪ Você faz suas refeições (Jantar):
	▪ Você consome bastante água (media de 8 copos por dia)?
Cognitiva	▪ Você acredita que alguma combinação de alimento engorda ou faz mal a saúde?
	▪ Você restringe ou evita algum alimento de sua dieta rotineira?
	▪ Você planeja um cardápio para alimentação com antecedência?
	▪ Você acredita que fazer um dia de jejum ou dieta líquida pode emagrecer?
	▪ Você está satisfeito com seus hábitos alimentares atuais?
	▪ Você considera sua alimentação atual comparada ao período antes de ser empresário
Emocional	▪ Você tem algum alimento predileto?
	▪ Para você COMER BEM significa: saudável ou saborosa
	▪ Algum alimento causa aversão?
	▪ Você sente prazer ao comer?
	▪ Você gosta de cozinhar?
	▪ As lembranças relacionadas com comida de sua infância são:

Fonte: Elaborado pela Autora com base em Pereira, 2001 e Alvarenga, 2001

4.4.1 AS VARIÁVEIS DEMOGRÁFICA, SOCIOECONÔMICA E NUTRICIONAL

As informações sobre aspectos pessoais foram levantadas por meio do questionário, respeitando-se a autodeclaração do pesquisado. As seguintes informações foram levantadas:

- *Variáveis demográficas*: idade (em anos completos); cor (branca, preta, amarela indígena, parda), sexo (masculino e feminino); e estado civil (casado, solteiro, viúvo, separado e divorciado) (IBGE, 2008).
- *Variáveis socioeconômicas*: escolaridade (ensino fundamental - 1º grau, ensino médio – 2º grau, superior – graduação, pós -graduação); renda pessoal (em valor calculado pelo salário mínimo); tipo de empresa (comércio, serviço e indústria); porte da empresa (micro, pequena, média ou grande – por número de empregados) (IBGE, 2008; SEBRAE, 2009).
- *Variável de estado nutricional*: Para a classificação do estado nutricional foi utilizado o índice de massa corpórea (IMC), de acordo com as categorias proposta pela OMS (1997). Os indivíduos pesquisados declararam seu peso e altura no questionário de dados demográficos. O IMC é calculado pela divisão do valor da massa corporal em quilogramas pelo quadrado da estatura em metros informado pelo pesquisado:

$$\text{IMC} = \frac{\text{Peso (kg)}}{\text{Estatura (m}^2\text{)}}$$

O IMC, apontado na Tabela 10, é uma medida simples e por este fator é amplamente utilizado na avaliação do estado nutricional. O índice ajuda na identificação de risco de patologias, como, por exemplo, doenças cardiovasculares e grau de obesidade. Vem sendo utilizado para mensurar o nível de adiposidade em grandes estudos populacionais e como “um ponto de corte

fixo ao invés de um valor de distribuição populacional (por exemplo, um indivíduo com IMC > 30 apresenta um determinado risco relacionado à obesidade)” (ANJOS, 1998).

Quadro 10 – Classificação Internacional do IMC de adultos: baixo peso, sobrepeso, obesidade

Classificação	IMC (Kg/m²)
Magreza severa	<16,0
Magreza moderada	16,0 - 16,9
Magreza leve	17,0 - 18,4
Normal	18,5 - 24,9
Sobrepeso	25,0 - 29,9
Obesidade grau I	30,0 - 34,9
Obesidade grau II	35,0 - 39,9
Obesidade grau III	> 40,0

Fonte: Adaptado de WHO(1995; 2000) e OMS (2004).

A Tabela 3, elaborada pelo IBGE, agrupa os três níveis de magreza em: Abaixo do peso; agrupa os graus I e II de obesidade em uma única categoria denominada Obeso, e chama de Obeso Mórbido o grau III de obesidade da tabela da OMS 2004. Esta classificação é que será utilizada neste estudo.

Tabela 3 – Categorias do IBGE p/ classificação do ÍMC

Categoria	IMC
Abaixo do peso	Abaixo de 20
Peso normal	20,0 - 24,9
Sobrepeso	25,0 - 29,9
Obeso	30,0 - 39,9
Obeso mórbido	40,0 e acima

Fonte: IBGE

4.4.2 VARIÁVEL DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Para pesquisar a QVT foi adaptado o questionário e testado em um grupo-piloto tendo como base a ferramenta BPSO96 (LIMONGI-FRANÇA, 1996) com o objetivo de adequar ao repertório de resposta da população a ser pesquisada em seu próprio contexto social. O importante nesta modalidade de pesquisa é elaborar um instrumento capaz de levar o pesquisador à descoberta de enfoques, percepções e terminologias relacionadas à realidade que se pretende conhecer.

4.4.3 VARIÁVEL DE COMPORTAMENTO ALIMENTAR

Variáveis de comportamento alimentar: crenças em relação a alimentos, sensação de prazer ou repulsa com alimentos, percepção sobre quantidade e qualidade da alimentação, práticas de alimentação em restaurante, preparo de alimentação pessoal, ritual para refeições, o tempo gasto por refeição, alimentos consumidos e rejeitados, complementos alimentares e consumo de água.

4.5. INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO

4.5.1 QUESTIONÁRIO

Foi utilizado questionário auto-administrado, com questões subjetivas para captar a opinião dos pesquisados. Frequentemente, o uso deste instrumento possibilita ao pesquisador ter acesso a dados de forma mais veloz e precisa, para isso, deve ser coletado de forma estruturada por uma série de perguntas que podem ser escritas ou orais. Na forma de formulário padronizado garante a compatibilidade dos dados e facilita o processamento e a análise na pesquisa (MALHORTA, 2006, p. 290).

Neste estudo foram utilizados questionários para caracterizar a população, conhecer a percepção sobre a sua Qualidade de Vida no Trabalho e também Comportamento Alimentar do empreendedor.

O primeiro questionário foi o instrumento adaptado do BPSO96, validado na pesquisa de doutorado em 1996 da professora Ana Cristina Limongi-França, com a aplicação de 446 questionários em 26 empresas da grande São Paulo, cuja pesquisa buscou relacionar as dimensões biológicas, psicológicas, sociais e organizacionais entre o esforço da empresa e a satisfação do empregado com a QVT. Foi utilizado e adaptado para esse estudo o questionário de satisfação do empregado, considerando que o público-alvo deste estudo são empreendedores e a intenção é conhecer o grau de satisfação com as próprias ações (Apêndice 1).

O levantamento sobre o comportamento alimentar foi realizado por meio de um questionário adaptado ao desenvolvido pela professora Marle dos Santos Alvarenga e validado na sua tese de doutorado do PRONUT, em 2001. Por meio deste questionário tem-se acesso à atitude alimentar nas suas dimensões: cognitiva, afetiva e conativa (ação), explicitada no comportamento alimentar por meio das crenças, sensações e hábitos relacionados aos estilos de refeições, alimentos consumidos, duração das refeições, restrições de alimentos, sentimentos em relação à alimentação (prazer, culpa), entre outras. Apêndice 2

O terceiro instrumento foi o questionário de informações sociodemográficas e de estado nutricional (Apêndice 3).

4.5.2 GRUPO FOCAL

A técnica de grupo focal, conforme Schwaller e Shepherd (1992) e Westphal et al. (1996), prevê a obtenção de dados por meio de discussões dirigidas a partir de um roteiro pré-elaborado, em que os participantes expressam suas percepções, crenças, valores, atitudes e representações sociais sobre uma questão específica.

Morgan (1997) define grupo focal como uma técnica que busca informações sobre um tópico por meio da interação de um grupo de pessoas montado para este fim. Destaca a importância da presença do pesquisador como o moderador das discussões.

Um grupo focal “é uma entrevista realizada de maneira não estruturada e natural por um moderador treinado junto a um pequeno grupo de respondentes” (MALHORTA, 2006, p.157). Mesmo sendo em formato de entrevista, o resultado das discussões se dá pela integração dos participantes e não por alternância de respostas individuais. O moderador assume o papel de facilitador do processo grupal, a ênfase está na manutenção da discussão, ao propiciar que as opiniões e *insigth* possam emergir da interinfluência entre os presentes. Deve garantir a inclusão de variedade de tópicos relevantes sobre o tema e promover uma discussão produtiva. O moderador deve permitir que a discussão flua, só intervindo para introduzir novas questões e manter aquecida a discussão (MORGAN, 1997).

O número de participantes deve ser entre 6 e 8 participantes, a produção dos dados de pesquisa está na transcrição da discussão ocorrida no grupo (KRUEGER e CASEY, 2000). Os participantes, geralmente, são pessoas com representatividade na comunidade ou da população-alvo da investigação (MORGAN, 1997).

Os grupos focais constituem o processo mais importante da pesquisa qualitativa, seu uso é tão intenso que, muitas vezes, é considerado como sinônimo de pesquisa qualitativa (MALHORTA, 2006). A função do grupo focal é diferente quando utilizado por cientistas sociais e por pesquisadores de mercado:

Os primeiros pretendem observar o processo através do qual, participantes especialmente selecionados respondem às questões da pesquisa para que, posteriormente, possam os dados ser teoricamente interpretados. A pesquisa de mercado busca propostas imediatas e custos reduzidos. Através do trabalho com grupo procura-se apreender a psicodinâmica das motivações, para imediata obtenção de lucro. (WESTPHAL, 1996, p.91)

Na área de saúde, somente a partir da década de 1980 é que o grupo focal passa a ser consistentemente utilizado; tem sido empregado para obter dados sobre diversos temas de saúde; sexualidade / AIDS; planejamento familiar; avaliação de serviços e profissionais de saúde; nutrição; imunização; drogas; câncer (CARLINI - COTRIM, 1996, p.5). Para esta autora:

O grupo focal, técnica de pesquisa qualitativa, tem sido internacionalmente usado para a estruturação de ações em saúde pública que levem em conta as inquietações aventadas acima. Relativamente simples e rápido, o grupo focal parece responder a contento a nova tendência de educação para a saúde. (CARLINI-COTRIM, 1996, p.3)

Morgan (1997) ressalta a propriedade dos grupos focais em oferecer ao pesquisador a oportunidade de compreender as diferenças e similaridades entre os participantes, pois somente a interação grupal, e não o tratamento dos indivíduos de forma isolada, pode proporcionar momentos de compartilhar e comparar suas opiniões.

Neste estudo foram realizados três grupos focais como uma técnica de pesquisa qualitativa, com o objetivo de obter uma visão do comportamento alimentar e do significado da qualidade de vida do grupo de empreendedores.

A constituição dos grupos foi com empreendedores que haviam respondido aos questionários, o convite foi feito pela gerência da Incubadora. Considerando que a participação foi voluntária, o local e a data foram definidos pela disponibilidade dos integrantes.

As sessões foram realizadas nas Incubadoras de Empresas, em sala preparada confortavelmente para este fim. A condução do grupo focal foi acompanhada por um pesquisador observador, que realizou a transcrição das frases que foram gravadas durante a realização do grupo.

Foi utilizado o seguinte roteiro para a sessão:

(i) *Aquecimento*: Fale sobre as lembranças de sua infância com relação à sua alimentação?

(ii) *Perguntas sobre o tema de investigação*:

a. Como é sua alimentação atualmente?

b. O que é qualidade de vida no trabalho?

(iii) *Encerramento*: Síntese sobre os temas abordados e esclarecimentos sobre a pesquisa.

4.6 PRÉ-TESTE

O pré-teste é aplicação do questionário de pesquisa em uma pequena população escolhida com características semelhantes àquela que será alvo do estudo, o que mostrará possíveis falhas de redação: complexidade das questões, ambiguidade ou linguagem inacessível e exaustão (MARCONI, 2006). Segundo Gil (2007, p.137), é considerado uma prova preliminar e pode ser realizada com a aplicação de 10 a 20 questionários.

Foram realizados pré-testes com os três instrumentos deste estudo, considerando principalmente que alguns critérios dos questionários originais se referiam a uma população diferente da presente pesquisa.

Para este estudo, a aplicação do pré-teste se deu com um grupo de 10 empreendedores vinculados ao Programa de Qualidade Total do SEBRAE-SP no escritório regional Leste da capital.

Alterações sugeridas pelos participantes do pré-testes e da banca de qualificação:

- Utilizar a escala de 1 a 6 e não a de 1 a 10 presente na primeira versão do BPSO96.

4.7 COLETA DOS DADOS

A coleta dos dados se deu nos meses de julho e agosto de 2009, ocorreu em um só momento, caracterizando um corte transversal. O contato foi realizado pessoalmente com os gerentes das quatro Incubadoras de empresas escolhidas para a pesquisa. O critério de escolha foi definido em conjunto com a Coordenação Estadual do Programa de Incubadoras do SEBRAE-SP, considerando o foco de inovação tecnológica das incubadoras e sua

localização regional. As cidades foram: São Paulo, Guarulhos, São Bernardo do Campo e São José dos Campos.

Foram obtidos 72 questionários respondidos presencialmente pelos empreendedores em seu local de trabalho, durante a estadia da pesquisadora, assim distribuídos:

Quadro 11 – Distribuição dos questionários por incubadora

Incubadora	Nº de incubados	Nº de Questionários
CIETEC- USP	64	24
Guarulhos	23	18
S. B. Campo	14	13
S. J. Campos	23	17
Total	124	72

Fonte: SEBRAE-SP (08/06/2009)

4.8 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Sendo esta pesquisa de natureza exploratória, com o objetivo de conhecer a qualidade de vida no trabalho e o comportamento alimentar do empreendedor, a análise dos dados quantitativos foi realizada por meio da estatística descritiva.

Programas computacionais utilizados:

- R for Windows (versão 2.9.1).
- SPSS for Windows (versão 17).

4.8.1 ANÁLISE DESCRITIVA

A estatística descritiva, em uma ou mais dimensões, diz respeito à organização e ao resumo de informações e sua finalidade é facilitar o entendimento do comportamento amos-

tral, por meio de medidas-resumo e gráficos ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis (MORETTIN e BUSSAB, 2007). A escolha deste tipo de análise deve-se à amostragem, uma vez que a coleta de novas amostras pode fazer com que os resultados obtidos possam vir a não coincidir com as situações aqui obtidas. Não se deve, portanto, usar os resultados para eventuais generalizações.

A análise descritiva (seja ela uni ou multivariada), apresentada neste item, tem como principal objetivo entender o conjunto de dados como um todo e avaliar possíveis relações entre as variáveis do presente estudo – dados amostrais sobre relações entre a percepção da Qualidade de Vida no Trabalho do indivíduo e seu Comportamento Alimentar.

As questões sobre Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) foram mensuradas por meio de uma escala de satisfação de 6 pontos, devidamente ordenada e com o início em 1. Foi sugerido para o respondente que selecionasse uma pontuação, que representasse o seu nível de contentamento com a proposição. Medida a satisfação com a QVT, foi perguntado ao respondente sobre seu comportamento alimentar (CA), e acordo com proposições já validadas.

Para a análise das associações entre as variáveis, optou-se pela utilização de técnicas descritivas multivariadas para a caracterização dos indivíduos que possuem diferentes níveis de percepção acerca do conjunto de proposições: Análise Fatorial (HAIR et al. 1998), acompanhadas de Análise de Correlação de postos de Spearman (CONOVER, 1998).

De uma maneira resumida, a Análise Fatorial (AF) é uma técnica que constrói uma estrutura de interrelações entre um grande número de variáveis, por meio da construção de novas variáveis (não observáveis), chamadas de “variáveis latentes” ou, simplesmente, “fatores”. Ao interpretar os fatores, a descrição do conjunto de variáveis torna-se uma tarefa muito menos complicada, uma vez que a compreensão da estrutura dos dados fica restrita em conceitos gerais.

Hair et al. (1998) apontam para o fato de que se trata de uma ferramenta poderosa, uma vez que tem a vantagem de identificar conjuntos de variáveis associadas, interessantes para

entender a interdependência que pode não ser imediata, quando da análise de correlação bivariada. Apesar dessa vantagem, assim como em qualquer análise estatística, os resultados da AF podem não ser totalmente estáveis, devido ao fato de esta técnica ser baseada somente nas opiniões dos elementos que compõem a amostra, e, ao obter outra amostra, é possível obter outros resultados.

Antes de determinar via AF quais as variáveis mais relevantes para entender a percepção dos empreendedores sobre as dimensões propostas pelo estudo, decidiu-se verificar apenas a relação linear bivariada entre as variáveis demográficas e as proposições sobre QVT e CA, todas entre si, por meio da matriz de correlação de Spearman.

Para observar interrelação entre as respostas dos pesquisados para as questões, foi utilizado o *coeficiente de correlação de Spearman* (CONOVER, 1998). Este coeficiente, normalmente representado pela letra “r” assume apenas valores entre -1 e 1, de modo que:

- $r = 1$, significa uma associação linear perfeita positiva entre as duas variáveis (as duas variáveis aumentam ou diminuem ao mesmo tempo);
- $r = -1$, significa uma associação negativa perfeita entre as duas variáveis (uma variável aumenta e a outra, diminui);
- $r = 0$, significa que as duas variáveis não estão linearmente associadas.

Além disso, empiricamente, diz-se, para correlações, em módulo, entre 0 e 0,3, que a relação linear é *fraca*. Se a correlação, em módulo, estiver entre 0,3 e 0,6, diz-se que a relação linear é *moderada*. Por fim, se o módulo da correlação for superior a 0,6, a relação linear é *forte*.

Dada a correlação amostral de todo o banco de dados, o desejável é encontrar alguma estratificação de variáveis cujo comportamento na matriz de correlação esteja mascarado, mas destoe do padrão geral, como será feito na AF.

4.8.2 ANÁLISE DOS DADOS

Por se tratar de pesquisa qualitativa, é freqüente que as fases de coleta de dados e de análise, mesmo sendo distintas, ocorram conjuntamente. Existem alguns obstáculos que o pesquisador deve observar. Um destes pode ser o caso de o pesquisador ter grande familiaridade com tema e deixar que ocorra uma simplificação dos dados, conduzindo a conclusões superficiais. Outro se refere ao envolvimento do pesquisador com o método, a ponto de esquecer dos significados dos dados. A finalidade da fase de análise é a compreensão dos dados, confirmação ou não dos pressupostos e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado (MINAYO, 1994).

Iervolino e Pelicione (2001, p. 119) indicam duas formas de análise dos dados da pesquisa qualitativa: (i) através do sumário etnográfico que se sustenta “nas citações textuais dos participantes do grupo”, fazendo uma análise da narrativa de forma descritiva da fala dos participantes; e (ii) pela codificação dos dados via análise de conteúdo. Enfatiza a “descrição numérica de como determinadas categorias explicativas aparecem ou estão ausentes das discussões e em quais contextos isto ocorre”. Os dois métodos não são excludentes entre si, e podem ser combinados na análise dos dados.

Chizzotti (2006, p. 116) refere-se à análise de conteúdo “como toda técnica que permita fazer inferências, identificando objetiva e sistematicamente as características da mensagem”. Em seguida, destaca que, nas análises qualitativas, “o pesquisador procura penetrar nas idéias, mentalidades, valores e intenções do produtor da mensagem”, para compreendê-la. Existem duas abordagens básicas para análise dos dados obtidos nos grupos focais análise de conteúdo e análise de discurso. Para isso, fazem-se necessárias leituras atentas do registro dos dados.

As gravações e anotações geram dados que precisam ser posteriormente organizados. É comum que as opiniões se misturem, ocorram muitas repetições e outros assuntos fora

do foco da pesquisa surjam durante a sessão. Por isso, é indicado que os dados sejam organizados em categorias, isto é, um conceito ou tributo com um grau de generalidade que dê uma unidade a um agrupamento de palavras ou frases (CHIZZOTTI, 2006, p.117).

As categorias são fundamentais para se atingir o objetivo da pesquisa. É por meio delas que o conteúdo é classificado, ordenado e qualificado, permitindo uma descrição objetiva das características mais relevantes do conteúdo. Quando se parte da verificação de uma hipótese, as categorias podem ser pré-estabelecidas, como é o caso deste estudo (CHIZZOTTI, 2006).

Análise do Discurso é [...] análise de um conjunto de idéias, um modo de pensar ou um corpo de conhecimento expresso em uma comunicação textual ou verbal, que o pesquisador pode identificar quando analisa um texto ou uma fala. (CHIZZOTTI, 2006, p. 120)

É uma forma de identificar o processo pelo qual as pessoas dão forma discursiva às interações sociais.

Quadro 12 – Síntese das aproximações e afastamentos entre Análise de Conteúdo e Análise do Discurso

	Análise de conteúdo	Análise do discurso
Objetivos de pesquisa	Captar um saber que está por trás da superfície textual	Analisar em que perspectivas a relação social de poder no plano discursivo se constrói
Eu pesquisador	Espião da ordem que se propõe a desvendar a subversão escondida; leitor privilegiado por dispor de “técnicas” seguras de trabalho	Agente participante de uma determinada ordem, contribuindo para a construção de uma articulação entre linguagem e sociedade
Concepção de texto	Véu que esconde o significado, a intenção do autor	Materialidade do discurso
Concepção de linguagem	Reprodução e disseminação de uma realidade a priori	Ação no mundo
Concepção de ciência	Instrumento neutro de verificação de uma determinada realidade	Espaço de construção de olhares diversos sobre o real

Fonte: Transcrito de Rocha, D. e Deusdará, B.(2005).

Neste estudo, os elementos encontrados no discurso dos participantes do grupo focal estão agrupadas em categorias que foram pré-estabelecidas antes do trabalho de campo, visando à classificação dos dados encontrados (MINAYO, 1994). As categorias definidas foram as mesmas categorias do questionário BPSO96, de Ana Cristina Limongi-França (1996), a saber: biológica; psicológica; social; organizacional; e opinião pessoal, no que se refere ao tema QVT; e o Comportamento Alimentar (CA) foi classificado em 3 categorias: imagem afetiva, crenças alimentares e práticas alimentares. Estas categorias para CA têm como referência as dimensões cognitivas, emocionais e conativas do conceito de atitude, conforme Pereira (2001).

A análise dos dados realiza-se pela técnica *análise de conteúdo*, por meio da qual podem ser encontradas respostas para as questões formuladas e, também, descobrir o que está por trás dos conteúdos manifestos.

O conteúdo das discussões foi transcrito da gravação e, em seguida, foi analisado, tendo como base a análise discursiva em “o pesquisador é o co-construtor dos sentidos produzidos” (ROCHA, D. e DEUSDARÁ, B.2005, p. 316), que considera sua interferência no contexto e também não dissocia a linguagem da sua interação social. A Análise do Discurso considera o resultado de uma investigação como uma construção social, de saberes sobre o real produzido por meio do diálogo entre os participantes e o pesquisador.

4.9 ASPECTOS ÉTICOS

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa FCF/USP: parecer CEP/FCP/75/2009, Protocolo CEP/FCF/510 e CAAE: 0010.0.018.000-09. Todos os indivíduos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, atendendo às disposições da Resolução n.196/96, referentes a pesquisas envolvendo seres humanos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo são apresentados os resultados da análise dos dados coletados, no presente estudo, cujo propósito é o de conhecer o comportamento alimentar de Empreendedores e verificar, na sua percepção, a concepção de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT). A apresentação inicia-se pelas características gerais da amostra, as correlações decorrentes da análise fatorial e, por último, os resultados obtidos pela satisfação com a QVT e a descrição do comportamento alimentar dos empreendedores.

Para a realização deste estudo, foram selecionadas 4 (quatro) Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica, que fazem parte do Programa Estadual coordenado pelo SEBRAE-SP, localizadas em municípios próximos à capital. Nestas incubadoras, os empreendedores são identificados como incubados, em razão de suas empresas estarem instaladas no prédio administrado pelo Programa. No Estado de São Paulo existem, atualmente, 63 incubadoras em funcionamento. As unidades que participaram da pesquisa foram escolhidas por se localizarem próximas à capital. Conforme pode ser observado na Tabela 4, são 124 empreendedores incubados e 58% desta população responderam ao questionário da pesquisa.

Tabela 4 – Distribuição de empreendedores por incubadora

Incubadora	Incubados	Respondentes	%
São Paulo	64	24	38%
Guarulhos	23	18	78%
S.B. campo	14	13	93%
S. J. campos	23	17	74%
Total	124	72	58%

Fonte: Sebrae-SP (08/06/2009)

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Somam-se 72 participantes, destes 33% eram do município de São Paulo, 25% de Guarulhos, 24% de São Jose dos Campos e 18% dos pesquisados eram empreendedores da incubadora de São Bernardo do Campo (Gráfico1).

Gráfico 1 – Classificação por localização das Incubadoras

Os empreendedores responderam ao questionário em suas empresas, localizadas no interior das Incubadoras, estatisticamente apresentam as seguintes características:

- 80,6% sexo masculino; 15,3% sexo feminino; e 4,2% não informaram o sexo.

Este resultado é bem diferente do padrão da população brasileira encontrado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) 2008, na divisão por gênero são: 48,8% de homens e 51,2% de mulheres.

- 69,9% paulistas; 25,9% têm origem de outros estados do Brasil; apenas 4,2% não informaram sua origem.
- 30,6% dos empreendedores estão na faixa etária compreendida entre 25 e 35 anos; 26,4% na faixa etária entre 35 e 45 anos; 22,2% estão na faixa entre 45 e 55 anos; 6,9% estão na faixa de 18 a 25 anos; e apenas 4,2% estão acima de 60 anos. Não informaram sobre a faixa etária 4,2% dos pesquisados (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Classificação por faixa etária

- observa-se na classificação por estado civil: 54,2% dos empreendedores casados; 34,7% solteiros; 4,2% se declararam separados, e apenas 2,8% divorciados; e 4,2% não informaram seu estado civil (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Classificação por estado civil

- com relação ao número de dependentes: 45,8% não têm nenhum dependente; 18,1% têm 3 dependentes; e 13,9% responderam que têm apenas 1; e a mesma porcentagem (13,9) de pesquisados possuem 2 dependentes. Apenas 4,2% não informaram sobre este item (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Classificação por número de dependentes

- Observa-se no Gráfico 5 que: 85% se declararam brancos; 7% pardos; 1% amarelo; e 7% dos respondentes não informaram.

Estes dados diferem em muito do padrão nacional encontrado pela PNAD 2008, em que 49% dos brasileiros se declaram da raça branca e 42% pardos.

Gráfico 5 – Classificação por raça

- O Gráfico 6 mostra o grau de escolaridade dos pesquisados: 55,6% têm nível de Pós-Graduação; 27,8% possuem nível de Graduação; 12, 5% se identificaram com escolarização até o ensino médio.

Na PNAD 2008, o grau de escolaridade entre a população brasileira de ocupados, com 11 anos ou mais de estudo, é de 41,2%, bastante inferior ao encontrado nesta amostra de empreendedores.

Gráfico 6 – Classificação por escolaridade

- Porte das empresas: 88 % dos empreendimentos são microempresas com até nove empregados; 8% dos pesquisados responderam ter uma pequena empresa que emprega entre dez e noventa pessoas; e 4 % dos empreendedores não informaram sobre o porte de sua empresa (Gráfico 7).

Gráfico 7 – Classificação por porte da empresa

- O Gráfico 8 demonstra: 40% das empresas são do setor de serviços; 24% indústrias; e apenas 3% atuam no setor de comércio. Não informaram o setor de atuação de sua empresa 33% dos respondentes. A porcentagem grande de sem informação, 33%, se deu pelo fato de os empreendedores considerarem sua empresa de vários setores, e as dúvidas que tiveram para priorizar um deles, durante o preenchimento do questionário.

Gráfico 8 – Classificação por setor de atuação empresarial

- Com relação ao tempo de existência da empresa: 34,7% são nascentes; 30,6% têm entre 18 e 42 meses de funcionamento; 30,6% são consideradas maduras com mais de 42 meses de existência. Apenas 4,2% não informaram sobre o tempo de empresa. Dessa forma temos na amostra 65,3% de empreendedores iniciantes, conforme definição da pesquisa GEM (Gráfico 9).

Gráfico 9 – Classificação por tempo de existência da empresa

- O Gráfico 10 mostra a distribuição na faixa de renda pessoal, considerando o salário mínimo de 2009 (R\$ 465,00): 28% estão na faixa salarial entre R\$1 860,00 e R\$ 3.720,00 (10 a 20 salários mínimos); 26% responderam que sua renda é de até R\$1 860,00 (faixa de 0 a 10 salários mínimos); 18% estão na faixa de R\$ 3.720,00 a R\$ 5.580,00 (20 a 30 salários mínimos); e 20% acima de R\$ 5.580,00; 8% não informaram sobre sua renda pessoal.

A renda mensal também é superior à encontrada pelo IBGE no PNAD, cujo rendimento médio real de trabalho das pessoas ocupadas foi de R\$ 1.036,00 em 2008. Mais de 70% dos brasileiros recebem até três salários mínimos de renda mensal (Tabela 5).

Gráfico 10 – Classificação por renda pessoal

Tabela 5 – Distribuição em até 3 salários mínimos de renda mensal da população brasileira de ocupad

Renda mensal	%
Até 1salário mínimo	29,1
Mais de 1 a 2 salários mínimos	31,0
Mais de 2 a 3 salários mínimos	11,6

Fonte: IBGE, 2008.

Em resumo, os dados sociodemográficos encontrados indicam um perfil diferenciado da população pesquisada em relação aos dados da população brasileira. Os empreendedores desta amostra são, em sua grande maioria, homens, paulistas, casados, sem dependentes. A maior parte é de brancos, na faixa etária entre 25 e 45 anos, alto padrão de escolaridade e renda. São empreendedores iniciantes (até 42 meses de existência), proprietários de microempresa. A maioria está empreendendo no setor de serviços. O perfil do empreendedor dessa pesquisa difere do perfil identificado do empreendedor brasileiro pela pesquisa GEM 2009, nos item relacionados a gênero, renda e escolaridade. Essa população é um grupo selecionado de pessoas, das quais 100% empreendem por oportunidade e suas empresas são de base tecnológica. Na pesquisa GEM são 68% dos empreendedores que iniciam suas empresas motivados pela oportunidade.

5.2 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A apresentação e análise dos resultados realizam-se por cada dimensão da Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), conforme indicado pelo questionário aplicado: organizacional; biológico; psicológica e social; e, também, o estado pessoal. Com relação ao Comportamento Alimentar (CA), as dimensões consideradas como variáveis são: cognitiva, emotiva e conativa.

5.2.1 ANÁLISE DA CONSISTÊNCIA INTERNA ENTRE AS VARIÁVEIS

Tabela 6 – Coeficiente de Confiabilidade da Escala e número de itens

Alfa de Cronbach	Nº de Itens
0,806	68

A Tabela 6 oferece o valor do alfa de Cronbach para o conjunto de dados, bem como o número de itens avaliados. Este coeficiente fornece um grau de consistência entre as variáveis, e quanto mais alto o seu valor, mais os indicadores medem os construtos. Além disso, é um índice que está no intervalo [0-1] e é comum, pela empiria, considerar a escala confiável quando este valor é superior a 0,7, apesar de poder diminuir para 0,6 em pesquisa exploratória. Neste caso, observa-se um valor bastante superior a este patamar, tratando-se, portanto, de uma escala bastante confiável (HAIR, 2005).

5.2.2 RELAÇÕES ENTRE AS RESPOSTAS SOBRE A QVT DOS INDIVÍDUOS AMOSTRADOS

Quadro 13 – Matriz de correlação entre as variáveis que medem QVT e Dados Demográficos

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34
Q1	1,00	0,42	0,52	0,35	0,47	0,33	0,14	0,19	0,40	0,28	0,41	0,44	0,30	0,30	0,23	0,27	0,34	0,60	0,27	0,22	0,41	0,24	0,26	0,37	0,32	-0,20	-0,14	-0,18	-0,07	0,10	0,05	0,17	-0,10	-0,11
Q2	0,42	1,00	0,73	0,29	0,54	0,38	0,11	0,34	0,38	0,43	0,44	0,42	0,42	0,24	0,20	0,30	0,30	0,39	0,18	0,31	0,49	0,30	0,29	0,33	0,44	0,13	0,12	-0,09	-0,08	-0,07	0,06	0,06	0,05	0,02
Q3	0,52	0,73	1,00	0,29	0,54	0,24	0,13	0,29	0,45	0,33	0,49	0,45	0,51	0,18	0,17	0,36	0,27	0,44	0,10	0,29	0,46	0,33	0,26	0,29	0,37	0,05	-0,06	-0,16	-0,18	-0,12	0,15	0,07	-0,05	-0,01
Q4	0,35	0,29	0,29	1,00	0,33	0,19	0,11	0,17	0,27	0,24	0,34	0,39	0,31	0,05	0,25	0,31	0,31	0,53	0,25	0,26	0,44	0,37	0,34	0,37	0,17	0,05	-0,08	-0,01	-0,14	0,07	-0,09	0,14	-0,15	-0,10
Q5	0,47	0,54	0,54	0,33	1,00	0,25	0,22	0,31	0,54	0,41	0,45	0,65	0,57	0,27	0,23	0,29	0,36	0,61	0,19	0,34	0,48	0,23	0,40	0,29	0,28	-0,08	0,07	0,05	0,04	-0,04	0,08	0,00	-0,12	-0,05
Q6	0,33	0,38	0,24	0,19	0,25	1,00	0,41	0,43	0,30	0,64	0,51	0,21	0,24	0,36	0,32	0,23	0,16	0,17	0,48	0,16	0,34	0,24	0,34	0,39	0,28	-0,02	0,18	0,09	0,18	0,12	0,12	0,04	0,08	-0,21
Q7	0,14	0,11	0,13	0,11	0,22	0,41	1,00	0,35	0,31	0,31	0,21	0,27	-0,05	0,08	0,15	0,27	0,04	0,13	0,15	0,13	0,17	0,05	0,22	0,16	0,02	0,02	-0,07	0,00	-0,01	-0,03	-0,13	-0,26	-0,20	-0,17
Q8	0,19	0,34	0,29	0,17	0,31	0,43	0,35	1,00	0,47	0,46	0,23	0,34	0,22	0,18	0,52	0,30	0,17	0,28	0,29	0,19	0,36	0,27	0,35	0,30	0,34	0,01	0,01	-0,14	-0,16	-0,04	-0,05	0,04	0,01	-0,38
Q9	0,40	0,38	0,45	0,27	0,54	0,30	0,31	0,47	1,00	0,36	0,54	0,47	0,41	0,30	0,24	0,29	0,36	0,46	0,16	0,24	0,60	0,25	0,39	0,42	0,28	-0,14	0,07	-0,05	-0,15	0,13	0,08	0,07	-0,14	-0,09
Q10	0,28	0,43	0,33	0,24	0,41	0,34	0,31	0,46	0,36	1,00	0,40	0,26	0,16	0,42	0,49	0,27	0,34	0,19	0,40	0,31	0,28	0,25	0,39	0,51	0,32	-0,15	0,31	-0,02	0,01	0,14	0,19	0,11	0,10	-0,11
Q11	0,41	0,44	0,49	0,34	0,45	0,51	0,21	0,23	0,54	0,40	1,00	0,44	0,46	0,44	0,30	0,35	0,22	0,32	0,28	0,29	0,52	0,36	0,41	0,50	0,27	-0,16	0,09	0,02	-0,15	-0,15	0,07	0,17	-0,10	-0,14
Q12	0,44	0,42	0,45	0,39	0,65	0,21	0,27	0,34	0,47	0,26	0,44	1,00	0,58	0,09	0,28	0,43	0,38	0,58	0,10	0,28	0,61	0,23	0,29	0,29	0,37	-0,09	-0,11	-0,06	-0,03	-0,05	-0,08	0,13	-0,15	-0,13
Q13	0,30	0,42	0,51	0,31	0,57	0,24	-0,05	0,22	0,41	0,16	0,48	0,58	1,00	0,16	0,08	0,31	0,36	0,50	0,13	0,22	0,43	0,31	0,34	0,15	0,25	0,04	-0,15	-0,01	-0,01	-0,08	-0,06	0,07	-0,11	-0,12
Q14	0,30	0,24	0,18	0,05	0,27	0,36	0,08	0,18	0,30	0,42	0,44	0,09	0,16	1,00	0,34	0,32	0,04	0,06	0,27	0,40	0,29	0,31	0,27	0,33	0,06	-0,22	0,07	0,02	-0,05	0,05	0,14	-0,05	-0,13	-0,24
Q15	0,23	0,20	0,17	0,25	0,23	0,32	0,15	0,52	0,24	0,49	0,30	0,28	0,08	0,34	1,00	0,53	0,24	0,27	0,30	0,32	0,38	0,35	0,44	0,49	0,18	-0,14	0,05	0,06	0,01	0,17	0,08	0,14	-0,09	-0,24
Q16	0,27	0,30	0,36	0,31	0,29	0,23	0,27	0,30	0,29	0,27	0,35	0,43	0,31	0,32	0,53	1,00	0,37	0,41	0,24	0,28	0,50	0,42	0,49	0,42	0,09	-0,12	-0,08	-0,04	-0,05	0,04	-0,15	-0,16	-0,23	-0,28
Q17	0,34	0,30	0,27	0,31	0,36	0,16	0,04	0,17	0,36	0,34	0,22	0,38	0,36	0,04	0,24	0,37	1,00	0,54	0,20	0,12	0,29	0,17	0,27	0,32	0,15	-0,03	-0,06	0,11	0,04	0,05	-0,01	0,10	-0,12	-0,02
Q18	0,60	0,39	0,44	0,53	0,61	0,17	0,13	0,28	0,46	0,19	0,32	0,58	0,50	0,06	0,27	0,41	0,54	1,00	0,19	0,18	0,50	0,29	0,32	0,25	0,20	-0,02	-0,14	-0,03	-0,04	-0,03	-0,08	0,10	-0,17	-0,12
Q19	0,27	0,18	0,10	0,25	0,19	0,48	0,15	0,29	0,16	0,40	0,28	0,10	0,13	0,27	0,30	0,24	0,20	0,19	1,00	0,09	0,29	0,20	0,34	0,25	0,03	-0,25	0,10	0,01	0,18	0,19	-0,02	0,08	-0,02	-0,21
Q20	0,22	0,31	0,29	0,26	0,34	0,16	0,13	0,19	0,24	0,31	0,29	0,28	0,22	0,40	0,32	0,28	0,12	0,18	0,09	1,00	0,18	0,06	0,24	0,22	0,12	0,11	-0,07	-0,14	-0,22	-0,03	-0,21	-0,03	-0,29	-0,19
Q21	0,41	0,49	0,46	0,44	0,48	0,34	0,17	0,36	0,60	0,28	0,50	0,51	0,45	0,29	0,38	0,50	0,29	0,50	0,29	0,18	1,00	0,50	0,42	0,44	0,37	-0,11	-0,02	-0,03	-0,12	-0,03	0,01	0,12	-0,14	-0,13
Q22	0,24	0,30	0,33	0,37	0,23	0,24	0,05	0,27	0,25	0,25	0,35	0,23	0,31	0,31	0,35	0,42	0,17	0,29	0,20	0,06	0,50	1,00	0,45	0,43	0,09	0,00	-0,11	-0,11	-0,15	0,05	0,09	0,10	-0,12	-0,11
Q23	0,26	0,29	0,26	0,34	0,40	0,34	0,22	0,35	0,39	0,39	0,41	0,29	0,34	0,27	0,44	0,49	0,27	0,32	0,34	0,24	0,42	0,45	1,00	0,54	0,29	-0,18	0,02	-0,01	-0,01	0,18	-0,14	-0,05	-0,23	-0,31
Q24	0,37	0,33	0,29	0,37	0,29	0,39	0,16	0,30	0,42	0,51	0,50	0,29	0,15	0,33	0,49	0,42	0,32	0,25	0,25	0,22	0,44	0,43	0,54	1,00	0,48	-0,28	0,21	0,09	-0,12	0,17	0,15	0,06	-0,23	-0,14
Q25	0,32	0,44	0,37	0,17	0,28	0,28	0,02	0,34	0,28	0,32	0,27	0,37	0,25	0,06	0,18	0,09	0,15	0,20	0,03	0,12	0,37	0,09	0,29	0,48	1,00	0,00	0,30	0,02	-0,10	-0,02	-0,03	0,05	0,10	0,04
Q26	-0,20	0,13	0,05	0,05	-0,08	-0,02	0,02	0,01	-0,14	-0,15	-0,16	-0,09	0,04	-0,22	-0,14	-0,12	-0,03	-0,02	-0,25	0,11	-0,11	0,00	-0,18	-0,28	0,00	1,00	0,02	0,26	0,18	0,16	0,08	0,02	0,20	0,22
Q27	-0,14	0,12	-0,06	-0,08	0,07	0,18	-0,07	0,01	0,07	0,31	0,09	-0,11	-0,15	0,07	0,05	-0,08	-0,06	-0,14	0,10	-0,07	-0,02	-0,11	0,02	0,21	0,30	0,02	1,00	0,30	0,20	0,27	0,34	0,14	0,36	0,14
Q28	-0,18	-0,09	-0,16	-0,01	0,05	0,09	0,00	-0,14	-0,05	-0,02	0,02	-0,06	-0,01	0,02	0,06	-0,04	0,11	-0,03	0,01	-0,14	-0,03	-0,11	-0,01	0,09	0,02	0,26	0,30	1,00	0,39	-0,05	0,30	0,01	0,12	0,04
Q29	-0,07	-0,08	-0,18	-0,14	0,04	0,18	-0,01	-0,16	-0,15	0,01	-0,15	-0,03	-0,01	-0,05	0,01	-0,05	0,04	-0,04	0,18	-0,22	-0,12	-0,15	-0,01	-0,12	-0,10	0,18	0,20	0,39	1,00	0,37	0,25	-0,02	0,05	0,28
Q30	0,10	-0,07	-0,12	0,07	-0,04	0,12	-0,03	-0,04	0,13	0,14	-0,15	-0,05	-0,08	0,05	0,17	0,04	0,05	-0,03	0,19	-0,03	-0,03	0,05	0,18	0,17	-0,02	0,16	0,27	-0,05	0,37	1,00	0,33	0,27	-0,02	0,13
Q31	0,05	0,06	0,15	-0,09	0,08	0,12	-0,13	-0,05	0,08	0,19	0,07	-0,08	-0,06	0,14	0,08	-0,15	-0,01	-0,08	-0,02	-0,21	0,01	0,09	-0,14	0,15	-0,03	0,08	0,34	0,30	0,25	0,39	1,00	0,49	0,28	0,28
Q32	0,17	0,06	0,07	0,14	0,00	0,04	-0,26	0,04	0,07	0,11	0,17	0,13	0,07	0,05	0,14	-0,16	0,10	0,10	0,06	-0,03	0,12	0,10	-0,05	0,06	0,05	0,02	0,14	0,01	0,02	0,27	0,49	1,00	0,21	0,14
Q33	-0,10	0,05	-0,05	-0,15	-0,12	0,08	-0,20	0,01	-0,14	0,10	-0,10	-0,15	-0,11	-0,13	-0,09	-0,23	-0,12	-0,17	-0,02	-0,29	-0,14	-0,12	-0,23	-0,23	0,10	0,20	0,36	0,12	0,05	-0,02	0,28	0,21	1,00	0,21
Q34	-0,11	0,02	-0,01	-0,10	-0,05	-0,21	-0,17	-0,38	-0,09	-0,11	-0,14	-0,13	-0,12	-0,24	-0,24	-0,28	-0,02	-0,12	-0,21	-0,19	-0,13	-0,11	-0,31	-0,14	0,04	0,22	0,14	0,04	0,28	0,13	0,28	0,14	0,21	1,00
Q72	0,00	0,11	0,07	0,16	0,08	0,16	-0,09	0,24	0,17	0,10	0,12	0,13	0,22	0,28	0,04	0,19	-0,11	0,09	0,20	0,01	0,26	0,20	0,08	-0,11	0,02	-0,02	-0,07	-0,03	0,11	0,11	0,04	-0,10	0,16	-0,19
Q73	-0,06	0,04	-0,07	-0,13	-0,10	0,07	-0,21	0,03	0,07	0,16	-0,01	-0,14	-0,04	0,17	-0,08	-0,17	-0,13	-0,15	0,07	-0,19	0,02	0,04	-0,02	-0,17	-0,04	-0,07	0,13	0,06	0,05	0,18	0,03	0,50	-0,08	-0,08
Q74	-0,16	0,06	0,11	0,03	-0,05	-0,10	0,09	-0,07	-0,07	-0,03	-0,01	-0,05	0,00	-0,17	0,00	0,00	0,11	-0,13	-0,13	0,24	-0,10	0,06	-0,04	0,14	-0,01	0,23	0,03	0,03	-0,19	-0,06	-0,07	-0,12	-0,18	0,09
Q75	0,00	-0,08	0,00	0,00	-0,12	0,02	-0,02	-0,12	-0,05	0,20	-0,03	-0,11	-0,																					

Quadro 14 – Matriz de correlação entre variáveis que medem CA e variáveis demográficas

	Q38	Q39	Q40	Q41	Q42	Q43	Q44	Q45	Q46	Q47	Q48	Q49	Q50	Q51	Q52	Q53	Q54	Q55	Q56	Q57	Q58	Q59	Q60	Q61	Q62	Q63	Q64	Q65	Q66	Q67	Q68	Q69	Q70	Q71	
Q38	1,00	-0,18	-0,16	-0,29	0,02	-0,06	-0,04	-0,03	-0,23	-0,19	-0,02	-0,17	0,27	0,25	-0,10	-0,01	-0,11	0,16	0,07	-0,04	-0,03	-0,04	-0,17	0,12	0,39	0,16	0,05	0,39	0,17	0,04	-0,11	0,39	-0,24	0,01	
Q39	-0,18	1,00	0,10	-0,10	-0,13	0,01	0,26	-0,05	0,17	0,15	0,06	0,09	0,10	-0,06	0,04	0,18	0,27	0,00	0,01	-0,08	-0,12	0,09	0,19	-0,04	-0,26	-0,04	0,04	-0,07	0,03	-0,14	0,01	-0,19	0,16	-0,05	
Q40	-0,16	0,10	1,00	0,08	0,23	0,06	-0,17	-0,06	0,03	0,15	-0,05	-0,08	0,04	-0,21	0,04	0,13	0,02	0,08	0,06	0,08	-0,06	0,04	-0,34	0,06	-0,11	0,24	0,07	0,03	0,08	0,05	-0,02	-0,01	0,13	-0,07	
Q41	-0,29	-0,10	0,08	1,00	0,03	0,24	-0,02	-0,07	0,13	0,06	0,02	0,18	-0,09	-0,01	0,13	0,08	0,06	0,08	0,10	0,15	0,06	-0,08	-0,17	-0,09	-0,03	0,08	-0,20	-0,16	-0,12	-0,17	0,01	-0,04	0,18	-0,12	
Q42	0,02	-0,13	0,23	0,03	1,00	0,23	0,02	-0,14	0,19	0,16	-0,06	0,04	0,09	-0,08	0,18	0,01	0,15	0,21	0,05	0,29	0,16	-0,16	0,19	-0,32	-0,08	-0,11	-0,02	-0,13	0,11	0,03	-0,11	0,11	-0,24	0,04	
Q43	-0,06	0,01	0,06	0,24	0,23	1,00	0,10	-0,15	0,06	-0,11	-0,29	0,20	0,02	-0,15	0,56	0,06	0,14	0,14	0,06	0,14	0,13	-0,01	0,10	-0,21	-0,10	-0,12	0,15	-0,02	0,03	0,00	0,05	0,16	0,15	0,17	
Q44	-0,04	0,26	-0,17	-0,02	0,02	0,10	1,00	-0,09	0,17	0,15	0,24	0,05	0,31	-0,01	0,06	0,18	0,13	0,09	-0,02	0,09	-0,17	0,38	0,21	-0,15	-0,03	-0,05	0,07	0,10	-0,15	0,06	0,01	-0,20	0,01	-0,15	
Q45	-0,03	-0,05	-0,06	-0,07	-0,14	-0,15	-0,09	1,00	0,25	0,13	0,09	0,35	0,01	0,03	-0,03	-0,16	-0,03	0,04	0,04	0,04	0,23	-0,14	0,06	0,03	0,16	0,07	-0,12	-0,06	0,18	0,03	0,05	-0,06	-0,09	0,00	-0,05
Q46	-0,23	0,17	0,03	0,13	0,19	0,06	0,17	0,25	1,00	0,21	0,36	0,21	0,07	-0,09	0,04	-0,11	-0,02	0,08	0,12	0,26	-0,06	-0,09	0,16	-0,18	0,01	0,10	-0,11	-0,27	0,17	-0,05	0,11	0,04	0,09	-0,03	
Q47	-0,19	0,15	0,15	0,06	0,16	-0,11	0,15	0,13	0,21	1,00	0,20	0,21	0,08	-0,03	0,00	0,07	0,05	0,12	0,06	0,19	-0,17	-0,13	0,05	0,15	0,02	0,02	0,07	0,08	0,13	-0,04	0,17	-0,05	0,03	-0,06	
Q48	-0,02	0,06	-0,05	0,02	-0,06	-0,29	0,24	0,09	0,36	0,20	1,00	-0,12	0,44	0,29	-0,10	-0,17	0,21	-0,03	0,04	0,06	-0,01	0,19	-0,06	-0,12	0,08	0,20	0,16	0,06	-0,10	-0,05	0,04	-0,24	-0,11	-0,19	
Q49	-0,17	0,09	-0,08	0,18	0,04	0,20	0,05	0,35	0,21	0,21	-0,12	1,00	-0,06	-0,03	0,17	0,02	0,21	0,12	0,12	0,12	0,10	-0,27	0,17	-0,03	-0,11	-0,09	-0,36	-0,39	0,03	0,03	0,17	0,01	0,04	-0,01	
Q50	-0,27	0,10	0,04	-0,09	0,09	0,02	0,31	0,01	0,07	0,08	0,44	-0,06	1,00	0,18	-0,13	-0,09	0,26	0,04	0,21	0,04	-0,17	0,20	0,00	-0,10	0,14	0,07	0,19	0,15	0,05	0,05	-0,06	-0,09	0,00	-0,05	
Q51	0,25	-0,06	-0,21	-0,01	-0,08	-0,15	-0,01	0,03	-0,09	-0,03	0,29	-0,03	0,18	1,00	-0,16	-0,12	0,14	0,20	-0,02	0,20	0,03	-0,08	0,01	0,06	0,21	0,05	-0,12	0,02	-0,09	-0,08	0,12	0,12	-0,14	0,12	
Q52	-0,10	0,04	0,04	0,13	0,18	0,58	0,06	-0,03	0,04	0,00	-0,10	0,17	-0,13	-0,16	1,00	0,03	0,13	0,08	-0,10	0,08	0,12	0,07	0,01	-0,03	-0,14	0,03	0,09	0,03	0,06	-0,10	0,14	0,21	0,16	0,02	
Q53	-0,01	-0,18	0,13	0,08	0,01	0,06	0,18	-0,16	-0,11	0,07	-0,17	0,02	-0,09	-0,12	0,03	1,00	0,12	0,25	-0,10	0,03	-0,15	0,12	0,03	0,02	-0,03	0,02	-0,13	0,03	-0,02	-0,08	0,13	0,04	0,20	0,07	
Q54	-0,11	0,27	0,02	0,06	0,15	0,14	0,13	-0,03	-0,02	0,05	0,21	0,21	0,26	0,14	0,13	0,12	1,00	0,00	0,03	-0,07	0,25	0,15	0,13	-0,15	-0,27	-0,12	-0,16	-0,08	-0,29	-0,15	0,07	-0,11	-0,01	0,14	
Q55	-0,16	0,00	0,08	0,08	0,21	0,14	-0,09	0,04	0,08	0,12	-0,03	0,12	0,04	0,20	0,08	0,25	0,00	1,00	0,10	0,44	-0,20	0,00	0,06	-0,32	0,14	0,14	0,05	-0,04	0,20	0,28	0,05	0,25	-0,30	0,27	
Q56	0,07	0,01	0,06	0,10	0,05	0,06	-0,02	0,04	0,12	0,06	0,04	0,12	0,21	-0,02	-0,10	-0,10	0,03	0,10	1,00	0,02	0,17	-0,31	-0,16	-0,14	0,07	0,08	0,01	-0,26	0,27	-0,01	-0,17	-0,29	0,02	0,18	
Q57	-0,04	-0,08	0,08	0,15	0,29	0,14	0,09	0,04	0,26	0,19	0,06	0,12	0,04	0,20	0,08	0,03	-0,07	0,44	0,02	1,00	-0,02	-0,11	0,06	-0,25	0,20	0,21	-0,15	-0,16	-0,11	0,07	0,13	0,10	-0,10	0,21	
Q58	-0,03	-0,12	-0,06	0,06	-0,16	-0,13	-0,17	0,23	-0,06	-0,17	-0,01	0,10	-0,17	0,03	0,12	-0,15	0,25	-0,20	0,17	-0,02	1,00	-0,08	-0,01	-0,23	-0,11	-0,10	-0,01	-0,18	-0,11	-0,17	-0,06	-0,23	-0,12	0,00	
Q59	-0,04	0,09	0,04	-0,08	-0,16	-0,01	0,38	-0,14	-0,09	-0,13	0,19	-0,27	0,20	-0,08	0,07	0,12	0,15	0,00	-0,31	-0,11	-0,08	1,00	0,03	-0,05	-0,10	0,09	0,14	0,14	-0,33	-0,06	0,14	0,05	-0,03	-0,18	
Q60	-0,17	0,19	-0,34	-0,17	0,19	0,10	0,21	0,06	0,16	0,05	-0,06	0,17	0,00	0,01	0,01	0,03	0,13	0,06	-0,16	0,06	-0,01	0,03	1,00	-0,24	0,00	-0,74	0,05	-0,15	0,11	0,10	-0,02	-0,18	-0,08	-0,01	
Q61	0,12	-0,04	0,06	-0,09	-0,32	-0,21	-0,15	0,03	-0,18	0,15	-0,12	-0,03	-0,10	0,06	-0,03	0,02	-0,15	-0,32	-0,14	-0,25	-0,23	-0,05	-0,24	1,00	0,02	0,15	-0,08	0,33	0,14	-0,14	0,00	0,08	0,25	-0,23	
Q62	0,39	-0,26	-0,11	-0,03	-0,08	-0,10	-0,03	0,16	0,01	0,02	0,08	-0,11	0,14	0,21	-0,14	-0,03	-0,27	0,14	0,07	0,20	-0,11	-0,10	0,00	0,02	1,00	-0,03	-0,11	0,14	0,51	0,28	-0,07	0,09	-0,22	0,22	
Q63	0,16	-0,04	0,24	0,08	-0,11	-0,12	-0,05	0,07	0,10	0,02	0,20	-0,09	0,07	0,05	0,03	0,02	-0,12	0,14	0,08	0,21	-0,10	0,09	-0,74	0,15	-0,03	1,00	-0,19	0,11	-0,05	-0,01	0,29	0,18	0,02	-0,01	
Q64	0,05	0,04	0,07	-0,20	-0,02	0,15	0,07	-0,12	-0,11	0,07	0,16	-0,36	0,19	-0,12	0,09	-0,13	-0,16	0,05	0,01	-0,15	-0,01	0,14	0,05	-0,08	-0,11	-0,19	1,00	0,15	-0,07	-0,29	-0,17	-0,18	-0,04	-0,02	
Q65	0,39	-0,07	0,03	-0,16	-0,13	-0,02	0,10	-0,06	-0,27	0,08	0,06	-0,39	0,15	0,02	0,03	0,03	-0,08	-0,04	-0,26	-0,16	-0,18	0,14	-0,15	0,33	0,14	0,11	0,15	1,00	0,03	0,31	-0,04	0,15	0,01	-0,02	
Q66	0,17	0,03	0,08	-0,12	0,11	0,03	-0,15	0,18	0,17	0,13	-0,10	0,03	0,05	-0,09	0,06	-0,02	-0,29	0,20	0,27	-0,11	-0,11	-0,33	0,11	0,14	0,51	-0,05	-0,07	0,03	1,00	0,28	-0,14	-0,02	-0,02	0,12	
Q67	0,04	-0,14	0,05	-0,17	0,03	0,00	0,06	0,03	-0,05	-0,04	-0,05	0,03	0,05	-0,08	-0,10	-0,08	-0,15	0,28	-0,01	0,07	-0,17	-0,06	0,10	-0,14	0,28	-0,01	-0,29	0,31	0,28	1,00	-0,05	0,17	-0,24	0,36	
Q68	-0,11	0,01	-0,02	0,01	-0,11	0,05	0,01	0,03	0,11	0,17	0,04	0,17	-0,06	0,12	0,14	0,13	0,07	0,05	-0,17	0,13	-0,06	0,14	-0,02	0,00	-0,07	0,29	-0,17	-0,04	-0,14	-0,05	1,00	0,17	0,04	0,12	
Q69	0,39	-0,19	-0,01	-0,04	0,11	0,16	-0,20	-0,15	0,04	-0,05	-0,24	0,01	-0,09	0,12	0,21	0,04	-0,11	0,25	-0,29	0,10	-0,23	0,05	-0,18	0,08	0,09	0,18	-0,18	0,15	-0,02	0,17	0,17	1,00	-0,04	0,31	
Q70	-0,24	0,16	0,13	0,18	-0,24	0,15	0,01	-0,04	0,09	0,03	-0,11	0,04	0,00	-0,14	0,16	0,20	-0,01	-0,30	0,02	-0,10	-0,12	-0,03	-0,08	0,25	-0,22	0,02	-0,04	0,01	-0,02	-0,24	0,04	-0,04	1,00	-0,13	
Q71	0,01	-0,05	-0,07	-0,12	0,04	0,17	-0,15	-0,01	-0,03	-0,06	-0,19	-0,01	-0,05	0,12	0,02	0,07	0,14	0,27	0,18	0,21	0,00	-0,18	-0,01	-0,23	0,22	-0,01	-0,02	-0,02	0,12	0,36	0,12	0,31	-0,13	1,00	
Q72	-0,22	0,27	-0,03	-0,26	-0,03	0,16	0,09	-0,05	-0,03	0,10	0,03	-0,05	-0,06	-0,06	0,11	0,17	0,17	0,10	-0,13	-0,17	-0,10	0,23	0,20	0,06	-0,04	-0,09	0,21	-0,02	0,04	-0,08	0,33	-0,02	-0,11	0,14	
Q73	-0,34	0,27	0,06	-0,13	0,06	0,11	0,11	0,24	0,09	0,17	-0,01	0,22	-0,17	-0,18	0,18	0,32	0,21	0,08	-0,02	-0,13	0,01	0,10	0,23	0,01	-0,08	-0,17	0,17	-0,24	0,20	-0,32	0,20	-0,21	-0,06	0,03	
Q74	0,13	-0,10	0,03	0,25	0,01	-0,02	-0,14	-0,12	-0,09	-0,08	-0,06	-0,10	0,10	-0,06	0,08	-0,42	-0,07	-0,11	0,07	0,20	0,01	-0,09	-0,37	0,00	0,06	0,21	-0,15	-0,03	-0,08	0,15	-0,12	0,06	-0,13	-0,09	
Q75	0,26	-0,27	-0,03	-0,01	0,04	0,00	-0,14	0,27	-0,12	-0,16	-0,19	-0,11	-0,06	-0,03																					

Quadro 15 – Matriz de correlação entre variáveis que medem QVT e CA

	Q38	Q39	Q40	Q41	Q42	Q43	Q44	Q45	Q46	Q47	Q48	Q49	Q50	Q51	Q52	Q53	Q54	Q55	Q56	Q57	Q58	Q59	Q60	Q61	Q62	Q63	Q64	Q65	Q66	Q67	Q68	Q69	Q70	Q71
Q1	0,13	-0,10	-0,13	-0,18	-0,10	-0,04	-0,24	0,00	-0,09	-0,28	-0,15	-0,21	-0,08	0,15	-0,26	-0,02	-0,15	-0,10	0,19	-0,12	0,10	-0,12	-0,05	-0,12	-0,05	-0,13	0,15	-0,08	-0,12	-0,06	-0,15	0,05	0,20	0,25
Q2	-0,11	0,04	-0,12	-0,11	-0,15	-0,06	-0,14	-0,04	0,04	0,06	-0,14	-0,08	-0,14	0,06	-0,23	-0,03	-0,30	0,02	0,02	0,14	-0,16	-0,24	-0,10	0,09	0,14	0,08	-0,04	-0,12	0,17	0,11	0,08	0,07	0,08	0,37
Q3	-0,05	-0,02	-0,21	-0,10	-0,30	-0,13	-0,18	-0,06	-0,02	-0,01	-0,08	-0,15	-0,15	0,19	-0,23	-0,16	-0,23	-0,06	-0,02	0,01	-0,13	-0,15	-0,03	0,15	0,01	-0,03	0,01	0,10	-0,01	-0,01	0,07	0,04	0,17	0,15
Q4	0,22	-0,16	-0,11	-0,27	-0,09	-0,08	-0,23	-0,21	-0,24	-0,10	-0,21	-0,26	-0,07	0,05	-0,19	-0,06	-0,23	-0,03	0,07	0,00	-0,16	-0,15	-0,10	0,24	0,03	-0,06	-0,01	0,00	-0,16	-0,02	0,06	0,15	0,01	0,08
Q5	0,01	-0,08	-0,24	0,05	-0,26	-0,07	-0,16	-0,01	0,01	-0,05	-0,10	0,00	-0,15	0,01	-0,24	0,11	-0,19	-0,13	0,18	-0,07	-0,07	-0,22	-0,12	0,11	-0,04	0,14	-0,24	-0,09	0,01	0,02	0,20	0,10	0,24	0,25
Q6	0,16	-0,02	-0,01	-0,20	0,05	-0,03	-0,17	-0,04	-0,04	0,02	-0,27	-0,12	-0,24	0,06	-0,12	0,13	-0,23	0,22	-0,15	0,03	-0,03	-0,17	-0,04	-0,07	-0,08	0,11	0,01	-0,04	0,16	0,09	0,21	0,28	-0,14	0,21
Q7	0,27	0,05	0,21	-0,09	0,06	-0,03	-0,18	-0,02	-0,06	0,24	-0,18	-0,02	0,03	-0,09	-0,04	0,08	0,02	-0,01	0,00	-0,10	-0,16	-0,23	-0,16	0,08	-0,15	0,03	-0,06	0,22	0,11	0,05	0,08	0,25	0,06	0,12
Q8	0,13	0,05	-0,08	-0,33	0,05	-0,01	-0,08	0,05	0,02	0,07	-0,13	-0,07	-0,09	0,16	-0,05	-0,11	0,08	0,19	0,12	0,09	0,05	-0,22	0,04	-0,08	-0,07	0,09	-0,09	0,09	0,15	0,19	0,27	0,18	-0,16	0,49
Q9	0,15	0,03	-0,03	-0,09	-0,08	-0,08	-0,24	-0,02	-0,05	-0,11	-0,22	-0,07	-0,13	-0,07	-0,04	-0,04	-0,17	-0,03	-0,05	-0,20	-0,11	-0,12	-0,03	0,19	-0,04	0,02	-0,14	0,07	0,25	0,09	0,15	0,33	0,02	0,13
Q10	0,31	-0,05	-0,22	-0,15	-0,12	-0,04	-0,18	-0,06	-0,17	0,04	-0,21	0,02	-0,17	0,07	-0,16	0,13	-0,06	0,19	0,10	-0,04	-0,05	-0,30	-0,15	0,05	0,00	0,09	0,07	0,01	0,14	-0,02	0,21	0,17	-0,22	0,33
Q11	0,09	-0,13	-0,19	-0,10	-0,07	-0,09	-0,26	-0,02	-0,09	-0,13	-0,08	-0,23	-0,28	0,02	-0,12	-0,04	-0,30	0,04	-0,22	-0,11	0,00	-0,08	-0,04	-0,09	-0,01	0,03	0,03	0,05	0,08	0,19	0,17	-0,14	0,09	0,09
Q12	0,18	-0,20	-0,14	-0,19	-0,04	-0,05	-0,11	0,05	-0,09	-0,04	0,03	-0,10	-0,02	0,17	-0,17	-0,11	-0,23	-0,18	0,08	-0,07	-0,03	-0,17	-0,02	0,15	0,11	0,01	-0,11	0,21	0,00	0,33	0,06	0,12	0,00	0,28
Q13	-0,09	-0,18	-0,23	-0,09	-0,13	-0,14	-0,05	-0,18	-0,05	-0,03	-0,02	-0,16	-0,25	0,10	-0,16	-0,09	-0,27	-0,15	-0,04	-0,05	-0,10	-0,09	-0,19	0,14	0,05	0,16	-0,10	0,07	-0,02	0,17	0,02	0,05	0,06	0,08
Q14	0,08	0,07	-0,31	-0,10	-0,23	-0,11	-0,04	-0,06	-0,19	-0,12	-0,10	-0,04	-0,25	-0,02	-0,09	0,13	-0,06	0,12	-0,11	-0,09	-0,03	0,16	0,02	0,03	0,04	-0,01	0,28	-0,18	-0,01	-0,19	0,10	0,05	-0,13	0,20
Q15	0,03	-0,06	-0,22	-0,20	-0,15	0,01	-0,22	-0,01	-0,04	-0,05	0,02	-0,09	-0,22	0,10	0,08	-0,14	0,00	-0,02	-0,06	0,06	0,10	-0,17	-0,11	-0,02	-0,37	0,12	0,12	0,05	-0,31	-0,01	0,29	0,14	-0,09	0,41
Q16	0,15	-0,10	-0,10	-0,09	-0,20	0,00	-0,35	-0,02	-0,06	0,00	0,02	0,01	-0,05	0,25	0,02	-0,13	0,02	-0,06	-0,01	-0,05	-0,01	-0,17	-0,23	0,14	0,06	0,15	0,05	0,10	-0,11	0,09	0,26	0,34	-0,01	0,46
Q17	0,28	-0,07	-0,15	-0,06	-0,08	-0,09	-0,14	-0,09	0,04	-0,08	-0,07	0,03	-0,07	0,21	-0,04	0,02	-0,17	0,02	0,17	-0,01	-0,02	-0,23	-0,32	0,05	0,19	0,21	-0,17	-0,06	0,02	0,00	0,00	0,36	0,04	0,25
Q18	0,23	-0,20	-0,06	-0,14	-0,12	0,09	-0,29	-0,06	-0,10	-0,21	-0,24	-0,15	-0,17	0,20	-0,13	0,03	-0,24	-0,06	0,12	-0,08	-0,01	-0,24	-0,11	0,14	-0,01	0,08	-0,07	0,01	-0,11	0,02	-0,01	0,30	0,24	0,29
Q19	0,10	-0,01	0,02	-0,12	-0,08	-0,03	-0,21	-0,03	0,02	0,11	0,04	-0,08	-0,14	0,15	-0,12	-0,06	-0,15	0,12	0,06	0,04	-0,05	-0,17	-0,34	-0,04	0,04	0,31	0,22	-0,17	-0,01	-0,09	0,30	0,17	-0,12	0,10
Q20	0,08	0,16	-0,08	0,05	-0,23	-0,04	-0,12	-0,22	-0,23	-0,08	-0,11	-0,15	-0,06	0,00	-0,11	0,07	-0,07	-0,08	0,23	-0,03	-0,08	-0,18	-0,16	0,08	0,15	0,04	-0,02	-0,07	0,08	-0,03	-0,01	-0,17	0,06	0,10
Q21	0,07	-0,07	-0,02	-0,29	-0,04	-0,18	-0,30	0,13	0,07	-0,06	0,03	-0,34	-0,13	-0,04	-0,10	-0,13	-0,33	-0,09	-0,12	-0,09	-0,12	-0,10	-0,17	0,28	0,11	0,22	0,02	0,24	0,20	0,24	0,14	0,28	0,00	0,22
Q22	0,04	-0,23	0,00	-0,08	0,03	-0,09	-0,17	-0,16	-0,01	-0,07	-0,03	-0,36	-0,19	0,00	-0,04	-0,06	-0,08	0,07	-0,11	0,13	-0,05	0,12	-0,27	-0,01	-0,02	0,22	0,01	-0,12	-0,24	-0,07	0,20	0,25	-0,13	0,34
Q23	-0,01	0,07	-0,16	-0,07	-0,15	-0,08	-0,25	-0,14	-0,06	-0,03	-0,12	-0,14	-0,30	0,10	-0,03	-0,01	0,06	-0,04	-0,10	-0,09	-0,09	-0,15	-0,22	0,13	-0,08	0,17	-0,14	-0,05	-0,10	0,10	0,22	0,35	-0,02	0,45
Q24	0,27	-0,20	-0,21	-0,16	-0,13	-0,21	-0,29	-0,05	-0,19	-0,21	-0,18	-0,22	-0,11	0,11	-0,19	-0,03	-0,10	-0,08	-0,25	-0,04	0,06	-0,10	-0,19	0,02	0,13	0,14	-0,04	0,03	-0,09	0,02	0,25	0,31	-0,22	0,31
Q25	-0,08	-0,06	-0,17	-0,08	0,04	0,07	0,05	-0,06	-0,02	-0,15	-0,18	-0,08	-0,13	0,14	-0,03	-0,10	0,03	-0,02	-0,16	0,11	0,10	-0,07	0,07	-0,04	0,10	-0,02	-0,20	0,12	0,07	0,21	0,07	0,19	0,00	0,21
Q26	-0,05	0,05	0,14	0,21	0,17	0,13	0,04	0,00	0,13	0,01	0,10	-0,05	0,06	0,00	0,13	-0,01	0,09	0,25	0,03	0,40	-0,04	-0,01	-0,02	-0,16	0,13	0,09	-0,19	-0,11	0,10	-0,05	-0,10	-0,20	0,08	-0,06
Q27	-0,05	-0,13	-0,12	0,13	-0,08	0,08	-0,09	0,21	-0,06	0,06	-0,16	0,17	0,00	-0,12	0,05	0,01	0,01	0,01	-0,10	0,01	0,14	0,03	0,06	0,02	0,01	-0,04	0,03	-0,04	0,01	-0,10	0,22	0,12	-0,03	-0,02
Q28	0,04	0,00	0,02	0,15	-0,07	-0,12	0,09	0,18	0,08	0,26	0,14	0,11	-0,06	0,10	0,08	0,10	-0,08	0,15	-0,23	0,25	-0,11	0,20	0,00	-0,04	0,16	0,24	-0,17	0,03	-0,10	-0,05	0,34	0,09	0,00	-0,19
Q29	-0,09	0,12	0,00	0,09	0,14	-0,04	0,09	-0,08	0,10	0,09	0,07	0,09	-0,09	0,09	-0,02	0,21	0,00	0,17	-0,14	0,10	-0,03	0,08	0,08	-0,07	-0,12	-0,03	0,01	-0,04	-0,20	0,02	0,15	0,00	-0,09	-0,01
Q30	0,15	0,02	-0,13	-0,11	0,01	0,12	-0,13	-0,07	-0,08	-0,11	-0,02	0,05	0,13	-0,04	0,07	-0,10	0,23	-0,06	-0,08	-0,06	0,10	0,06	-0,05	0,15	-0,14	-0,10	0,06	-0,05	0,00	-0,11	-0,05	0,07	-0,07	0,09
Q31	-0,05	-0,15	-0,21	0,07	-0,23	-0,01	-0,14	0,19	-0,09	0,05	0,02	-0,03	-0,11	0,03	0,07	0,05	-0,10	0,00	-0,29	-0,10	0,03	0,25	0,03	0,10	0,01	-0,06	0,04	0,04	0,10	-0,27	0,12	-0,04	0,08	-0,09
Q32	0,13	-0,24	-0,12	-0,10	-0,08	0,08	-0,09	0,10	-0,06	-0,05	0,09	-0,05	-0,14	0,03	0,05	-0,10	-0,10	0,01	-0,10	0,01	0,14	0,03	-0,02	-0,04	0,17	-0,15	0,07	0,20	0,01	0,13	-0,01	0,01	0,12	-0,02
Q33	-0,25	-0,02	-0,01	0,10	-0,11	0,12	0,00	0,31	0,12	0,09	0,04	0,25	-0,10	-0,17	0,07	0,01	0,02	0,13	0,14	0,13	0,21	-0,06	0,14	-0,27	0,02	-0,10	-0,01	-0,20	0,16	-0,03	-0,01	-0,24	-0,05	0,03
Q34	-0,18	-0,20	0,16	0,34	0,10	0,02	-0,05	-0,14	0,07	0,01	0,04	0,01	0,02	-0,21	0,08	-0,01	-0,02	0,04	0,04	0,04	0,00	0,18	-0,14	0,10	-0,08	0,05	-0,01	0,08	-0,02	-0,12	-0,12	-0,09	0,11	-0,18

Legenda:

Correlação Forte
Correlação Moderada
Correlação Fraca

Os resultados seguintes foram obtidos a partir da análise fatorial que analisa quantos constructos são necessários para explicar as covariâncias dos itens. A validade é determinada pela grandeza das cargas fatoriais das variáveis no fator. Conforme pode se verificar na Tabela 7, dentre os 20 fatores com autovalores acima de um, foram considerados para este estudo apenas os 13 fatores com autovalores acima de dois, estes explicam 73,88% da diversidade de opiniões. Segundo Hair et al. (1998), é desejável que se escolha uma quantidade de fatores que explique boa parte da variância do sistema.

A partir do Quadro 15, é possível perceber que não há correlações fortes entre as variáveis que medem QVT e CA. Essa é a confirmação do que já havia sido observado na análise fatorial.

Tabela 7 – Coeficiente de Confiabilidade da Escala e número de itens

Fator	Autovalor	% da Variância Explicada	% Acumulada
1	10,415	15,316	15,316
2	4,888	7,189	22,505
3	4,586	6,744	29,249
4	4,083	6,004	35,253
5	3,824	5,623	40,876
6	3,431	5,045	45,921
7	3,267	4,804	50,725
8	3,114	4,580	55,305
9	2,988	4,395	59,700
10	2,647	3,893	63,593
11	2,553	3,754	67,347
12	2,367	3,480	70,827
13	2,082	3,062	73,889
14	1,913	2,813	76,702
15	1,751	2,576	79,278
16	1,584	2,330	81,608
17	1,454	2,139	83,746
18	1,384	2,035	85,782
19	1,269	1,866	87,647
20	1,180	1,735	89,382

Com base nas informações da análise fatorial, ficou reduzido para 13 fatores o subconjunto definido com o propósito de simplificar a análise multivariada, porém, mantendo-se a natureza e o caráter das variáveis originais. Foi utilizada a abordagem VARIMAX, pois esta rotação torna os fatores criados independentes, isto é, a interpretação de um fator não influencia na interpretação de outros. Foi medida a relação entre as variáveis, a partir da correlação de Pearson (HAIR, 1998). Para a interpretação fatorial, recomenda-se que seja nomeado cada um dos 13 fatores, como mostra o Quadro 16.

Quadro 16 – Descrição dos fatores com carga fatorial de cada questão

N	Fator	Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
1	Desenvolvimento empresarial	Q2	0,75	Oportunidade de treinamento e desenvolvimento profissional
		Q5	0,74	Nível de comunicação interna
		Q3	0,71	Melhorias nos processos de trabalho e novas tecnologias
		Q18	0,66	Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores
2	Atuação organizacional	Q15	0,67	Ausência de interferência na vida pessoal
		Q22	0,63	Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores
		Q11	0,61	Forma de avaliação do desempenho do seu trabalho
3	Qualidade da refeição	Q38	0,70	Para você COMER BEM significa
		Q51	0,62	Como você costuma fazer suas refeições? prestando atenção no alimento
4	Saúde - DCNT	Q32	0,90	Possui diagnóstico médico de diabete?
		Q33	0,77	Possui diagnóstico médico de obesidade?
		Q31	0,76	Possui diagnóstico médico de hipertensão arterial?
		Q27	0,68	Sofreu internação em hospital?
5	Rotina alimentar	Q56	0,76	Você planeja um cardápio para alimentação com antecedência?
		Q28	-0,69	Foi atendido em pronto-socorro
6	Energia e disposição	Q67	0,76	Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?
		Q23	0,68	Satisfação com o seu modo próprio de viver o dia a dia (estilo de vida)
7	Local de almoço	Q63	0,71	Você faz suas refeições (Almoço): Restaurante por quilo
		Q60	-0,86	Você faz suas refeições (Almoço): Em casa
8	Alimentação individual	Q50	0,72	Como você costuma fazer suas refeições? em silêncio
		Q44	0,67	Como você costuma fazer suas refeições? em pé
		Q48	0,63	Como você costuma fazer suas refeições? Sozinho
9	Atividade pessoal	Q53	0,72	Você gosta de cozinhar?
		Q20	0,69	Investimento para Qualificação - cursos externos (Graduação, Pós-Graduação)
10	Almoço de negócio	Q49	0,75	Como você costuma fazer suas refeições? Conversando
11	Suplementação Alimentar	Q57	0,62	Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?
12	Alimentação social	Q45	0,63	Como você costuma fazer suas refeições? Acompanhado
13	Serviço de saúde	Q30	0,79	Utilizou o serviço de saúde da empresa
		Q29	0,63	Utilizou o convênio médico

Fonte: Dados da pesquisa.

O objetivo da pesquisa é descritivo, portanto, não se pretendem explicar as correlações de causa e efeito e sim descrever como é a percepção da QVT e sua correlação com Comportamento Alimentar para os empreendedores.

▪ FATOR 1 - Desenvolvimento empresarial

Este fator apresenta a combinação entre as variáveis da dimensão organizacional e social da QVT. Para os empreendedores, o *desenvolvimento empresarial* está na combinação entre oportunidade de treinamento, a comunicação dentro da empresa, e a melhoria dos processos e novas tecnologias (ALBUQUERQUE E LIMONGI-FRANÇA, 1998; DRUCKER, 2005). Estes *fatores organizacionais* aliam-se à confiança que se estabelece com parceiros e colaboradores. A variável confiança foi a que teve a menor carga pela solução fatorial.

Quadro 17 – Descrição dos itens agrupados no fator 1 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q2	0,75	Oportunidade de treinamento e desenvolvimento profissional
Q5	0,74	Nível de comunicação interna
Q3	0,71	Melhorias nos processos de trabalho e novas tecnologias
Q18	0,66	Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 2 - Atuação Organizacional

O fator *atuação organizacional* está relacionado ao significado do trabalho para o empreendedor, envolvendo o desempenho, a confiança e a não interferência na vida pessoal. Os empreendedores, ao serem questionados sobre QVT, relacionam a possibilidade de ter equilíbrio entre a vida pessoal e empresarial (MELLO, 2006) e, também, a relacionam com realização pessoal. Eles escolhem com quem trabalhar (confiança) e como trabalhar (desempenho) (BARON, 2007; DESSEN, 2009).

Quadro 18 – Descrição dos itens agrupados no fator 2 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q15	0,67	Ausência de interferência na vida pessoal
Q22	0,63	Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores
Q11	0,61	Forma de avaliação do desempenho do seu trabalho

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 3 - Qualidade da refeição

As variáveis que compõem este fator se referem ao significado de COMER BEM e prestar atenção aos alimentos durante as refeições. Para a maioria dos empreendedores COMER BEM significa alimentação saudável e, portanto, torna-se coerente prestar atenção ao alimento durante as refeições. Alguns empreendedores que consideram que sua alimentação está melhor atualmente atribuem este fato à reeducação alimentar; à orientação de nutricionistas; à melhoria na disciplina; e qualidade dos alimentos escolhidos para se alimentar (PHILIPPI, 1999 ; BARRETTO,2001).

Quadro 19 – Descrição dos itens agrupados no fator 3 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q38	0,7	Para você COMER BEM significa
Q51	0,62	Como você costuma fazer suas refeições? prestando atenção no alimento

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 4 - Saúde – DCNT

Neste conjunto de variáveis predomina o critério saúde-doença, se estão relacionadas às doenças crônicas não transmissíveis, se possuem diagnóstico médico de diabetes, de obesidade, de hipertensão arterial e se sofreram internação hospitalar. A carga fatorial mais elevada foi para o não diagnóstico médico de diabetes, seguida da ausência de diagnóstico para as demais doenças. Neste fator, pode-se verificar que os empreendedores apresentam uma boa saúde em

relação à DCNT. Este resultado demonstra que os respondentes não foram afetados pelos fatores de risco, conforme indicados na WHO, 2004 (LEVY-COSTA, 2005; CUNHA, 2000).

Quadro 20 – Descrição dos itens agrupados no fator 4 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q32	0,9	Possui diagnóstico médico de diabete?
Q33	0,77	Possui diagnóstico médico de obesidade?
Q31	0,76	Possui diagnóstico médico de hipertensão arterial?
Q27	0,68	Sofreu internação em hospital?

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 5 - Rotina alimentar

Estas variáveis compõem o fator da *rotina alimentar* e possuem correlação oposta (cargas com sinais diferentes). Verifica-se que quanto mais se planeja a alimentação com antecedência menor a possibilidade de utilização de pronto-socorro. Neste planejamento, haverá a possibilidade de escolha adequada de alimentos, criando uma rotina de alimentação saudável, conforme recomenda Philippi (2008). Sendo, assim, possível evitar distúrbios alimentares e a necessidade de atendimento de emergência em pronto-socorro por este motivo.

Quadro 21 – Descrição dos itens agrupados no fator 5 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q56	0,76	Você planeja um cardápio para alimentação com antecedência?
Q28	-0,69	Foi atendido em pronto-socorro

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 6 - Energia e disposição

O fator *energia e disposição* reuniu uma variável da QVT e outra de Comportamento Alimentar, o que indica a importância da preocupação com a energia física necessária para en-

frentar o dia a dia de trabalho. Estas podem ser provenientes de suplementos, vitaminas e outros nutrientes, de tal modo que os empreendedores podem ficar satisfeitos com seu estilo de vida e com disposição para as atividades de trabalho. Ter um estilo de vida próprio, estar satisfeito com seu modo de viver propicia o cuidado com a alimentação saudável e preocupação com a ingestão de vitaminas e outros nutrientes (PHILIPPI,2004; CONSTANTINO, 2007).

Quadro 22 – Descrição dos itens agrupados no fator 6 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q67	0,76	Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?
Q23	0,68	Satisfação com o seu modo próprio de viver o dia a dia (estilo de vida)

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 7 - Local de almoço

O Fator *local de almoço* correlaciona duas variáveis opostas que indicam que, se frequentemente os empreendedores almoçam em restaurantes por quilo, é porque estarão fora de casa para esta refeição. A maioria dos empreendedores almoça fora de casa seguindo a tendência da vida moderna das grandes cidades, de fazer suas refeições em restaurantes por quilo no horário de trabalho, conforme apontado nos estudos de LEVI-COSTA, 2003. Se não estão a trabalho, não se alimentam em restaurante por quilo e sim, escolhem fazer suas refeições em casa. Diferentes grupos de pessoas estabelecem seus hábitos alimentares de acordo com suas atividades cotidianas e cultural (RAMOS,2000; TONIAL,2001; MINTZ,2001).

Quadro 23 – Descrição dos itens agrupados no fator 7 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q63	0,71	Você faz suas refeições (Almoço): Restaurante por quilo
Q60	-0,86	Você faz suas refeições (Almoço): Em casa

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 8 - Alimentação individual

As três variáveis que compõem este fator explicam o tipo de refeição feita, principalmente, na pausa do almoço durante o período de trabalho, o que demonstra a falta de tempo e a necessidade de comer rapidamente para voltar às atividades de trabalho. Comer sozinho, em pé e em silêncio caracteriza a refeição rápida no balcão de uma lanchonete. Os empreendedores procuram otimizar o tempo que estão dedicando à sua empresa, se a pausa é exclusivamente para se alimentar e repor energia, então é feita desta maneira, para ocupar o tempo com o trabalho em seguida. Este resultado contrapõe ao que é considerado alimentação ideal (ALVARENGA, 2001; RAMOS, 2000; LEVI-COSTA, 2003).

Quadro 24 – Descrição dos itens agrupados no fator 8 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q50	0,72	Como você costuma fazer suas refeições? Em silêncio
Q44	0,67	Como você costuma fazer suas refeições? Em pé
Q48	0,63	Como você costuma fazer suas refeições? Sozinho

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 9 - Atividade Pessoal

O Fator 9, *atividade pessoal*, é composto pelas variáveis gostar de cozinhar e investir na qualificação. A maior carga é para a variável gostar de cozinhar. Provavelmente, o investimento em qualificação tem um significado de ampliação de seu desenvolvimento como pessoa e não apenas como trabalhador. Conciliar nas suas atividades pessoais, cursos externos que ampliem sua bagagem intelectual, com atividades manuais que proporcionem relaxamento, como a gastronomia por lazer e prazer (MINTZ, 2001; ROMANELLI, 2006). A escolha do tipo de trabalho pelo empreendedor proporciona-lhe um comportamento livre na busca de atividades complementares que tenham um significado prazeroso (DEJOUR, 1987).

Quadro 25 – Descrição dos itens agrupados no fator 9 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q53	0,72	Você gosta de cozinhar?
Q20	0,69	Investimento para Qualificação – cursos externos (Graduação, Pós-Graduação)

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 10 - Almoço de negócio

O Fator *almoço de negócio* explica-se por apenas uma variável, que é fazer as refeições conversando. Para muitos empreendedores, a hora da refeição pode ser conciliada com reuniões para discutir e tomar decisões sobre sua empresa. Já é um hábito reconhecido na nossa cultura o chamado almoço de negócio. Muitas decisões estratégicas, novas parcerias e negociações empresariais são definidas conversando durante a refeição. Esta forma de fazer as refeições expandiu-se entre colaboradores que exercem funções gerenciais nas empresas, tais como, os executivos (ROMANELLI,2006).

Quadro 26 – Descrição dos itens agrupados no fator 10 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q49	0,75	Como você costuma fazer suas refeições? Conversando

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 11 - Suplementação Alimentar

O Fator 11 *suplementação alimentar* é caracterizado por apenas uma variável. O consumo de suplemento alimentar que, também, compõe o Fator 6 – *energia e disposição*. O propósito de tomar algum suplemento é para tornar a dieta mais saudável. No caso deste estudo, os empreendedores consideram sua alimentação saudável e estão satisfeitos com sua forma de

se alimentar, isto pode ter contribuído para a decisão da maioria dos empreendedores em não consumir suplementos, como foi identificado.

Quadro 27 – Descrição dos itens agrupados no fator 11 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q57	0,62	Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 12 - Alimentação Social

A variável “fazer as refeições acompanhadas de alguém” aparece como única para o fator *Alimentação Social*. Culturalmente o comportamento alimentar do brasileiro é caracterizado por fazer as refeições em companhia de outras pessoas, como familiares, amigos ou colegas de trabalho. Comer é também momento de convivência social, conforme visto também em Alvarenga (2001) e Romanelli (2006).

Quadro 28 – Descrição dos itens agrupados no fator 12 e sua respectiva carga fatorial

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q45	0,63	Como você costuma fazer suas refeições? Acompanhado

Fonte: Dados da pesquisa.

▪ FATOR 13 - Serviços de saúde

O Fator *serviço de saúde* é composto pelas variáveis: utilização do convênio médico e ambulatório. O serviço de saúde da empresa teve a carga mais elevada entre as duas variáveis. As empresas destes empreendedores estão, em sua maioria, na fase de consolidação e, portanto, os benefícios e serviços ligados à saúde dentro da empresa ou prestado por terceiros, como os convênios, ainda não são realidade para eles.

Quadro 29 – Descrição dos itens agrupados no fator 13 e suas respectivas cargas fatoriais

Questão	Carga Fatorial	Nome da Questão
Q30	0,79	Utilizou o serviço de saúde da empresa
Q29	0,63	Utilizou o convênio médico

Fonte: Dados da pesquisa.

5.3 ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS SOBRE QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Os resultados serão apresentados de acordo com as seguintes dimensões: organizacionais, biológicas, psicológicas, sociais e percepção pessoal da QVT, conforme Quadro 30. O grau de satisfação dos empreendedores em relação à QVT foi medido por meio da escala Likert. O cálculo do índice Likert é feito somando-se o total de pessoas satisfeitas em cada questão e dividindo pelo total de pesquisados. A leitura se dá pelo intervalo de 0- 1, quanto mais satisfeito, próximo do algarismo 1 estará o índice. Nesta pesquisa foram consideradas as escolhas nas opções 4,5 e 6 na escala do questionário para identificar a pessoa satisfeita.

Quadro 30 – Índice de satisfação de QVT dos empreendedores por questão

Dimensão	Questão	Likert
Organizacional	Q1	90,0%
	Q2	90,3%
	Q3	88,6%
	Q4	72,2%
	Q5	82,6%
Biológica	Q6	47,1%
	Q7	20,0%
	Q8	71,8%
	Q9	91,4%
	Q10	50,7%

continua

continuação

Dimensão	Questão	Likert
Psicológica	Q11	81,7%
	Q12	97,2%
	Q13	90,3%
	Q14	47,9%
	Q15	48,5%
Social	Q16	55,6%
	Q17	66,7%
	Q18	93,1%
	Q19	40,8%
	Q20	68,1%
Estado Pessoal	Q21	88,9%
	Q22	54,2%
	Q23	73,6%
	Q24	70,8%
	Q25	88,9%

Fonte: Dados da pesquisa.

É possível observar no Gráfico 11 que a maioria das médias está acima de 50%, os empreendedores estão satisfeitos na maior parte dos aspectos que compõem sua QVT. A maior média foi 97,2% na questão 12 (clima de camaradagem entre as pessoas), acima de 90% foram 5 questões. Da mesma forma, houve 5 questões cujo grau de satisfação é inferior a 50%.

- *Questão 6:* Cconvênio médico – a satisfação com o atendimento (47,1%).
- *Questão 7:* Atividade física – é alta insatisfação (20%) entre os empreendedores que possuem uma rotina no trabalho mais sedentária.
- *Questão 14:* Renda pessoal – satisfação baixa (47,9%), são empreendedores, na maioria, em início de processo empresarial; estão na fase de estruturação do negócio, portanto, com baixa lucratividade.

- *Questão 15:* Interferência na vida pessoal – uma grande porcentagem considera que seu trabalho interfere em sua vida pessoal (48,5%). A dedicação de muito tempo à empresa e pouca às suas atividades pessoais.
- *Questão 19:* Previdência privada – os empreendedores não estão muito satisfeitos com a sua qualidade (40,8%). Os investimentos estão focados na viabilidade atual da empresa.

Gráfico 11 – Comparação global de satisfação fator likert

A seguir, apresentam-se os dados de satisfação pelas dimensões da abordagem biopsicossocial.

5.3.1 DIMENSÃO ORGANIZACIONAL

Esta dimensão está relacionada ao significado do trabalho na própria empresa, com as implicações de imagem, burocracia, processos e tecnologias e desenvolvimento profissional. No conjunto das cinco questões houve um alto grau de satisfação com pequena variação entre as médias de cada item. A menor incidência, 72,2%, foi na questão 4, que se refere aos procedimentos administrativos (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Dimensão Organizacional da QVT

Observou-se que os respondentes em sua maioria estão satisfeitos com a imagem de sua empresa, 70,9%, cujo grau de satisfação é moderado e alto; e 16,7% dos empreendedores estão totalmente satisfeitos com este item.

Os resultados mostram que, na questão imagem da empresa junto aos colaboradores e parceiros, a maioria dos respondentes está satisfeita, 40,3% escolheram o grau 5, em seguida, 30,6% escolheram o grau 4 de satisfação moderada (Tabela 8).

Tabela 8 – Questão 1: Imagem da empresa junto aos colaboradores ou parceiros

Grau	Frequência	Percentual
2	1	1,4
3	6	8,3
4	22	30,6
5	29	40,3
6	12	16,7
Sem Informação	2	2,8
Total	72	100,0

O fato de suas empresas estarem ligadas a uma incubadora que, por sua vez, está vinculada a uma universidade, pode influenciar positivamente na resposta. Entre os respondentes, 90,3% estão satisfeitos com sua oportunidade de desenvolvimento profissional: 34,7% no grau 5; 29,2 % com satisfação moderada no grau 4; e 26,4% escolheram o grau 6, estão totalmente satisfeitos (Tabela 9).

Tabela 9 – Questão 2: Oportunidade de treinamento e desenvolvimento profissional

Grau	Frequência	Percentual
2	1	1,4
3	6	8,3
4	21	29,2
5	25	34,7
6	19	26,4
Total	72	100,0

A maior incidência – 30,6% dos empreendedores– se posicionou no grau quatro de satisfação; sendo seguido decrescentemente por 29,2% no grau cinco, com alta satisfação; e 26,4% no grau seis, satisfação total. Fica evidente que, mesmo estando satisfeitos com o estágio atual em que se encontram os processos e a tecnologia nas suas empresas, a busca de melhoria contínua é uma característica forte nos empreendedores, e aceitável um nível de insatisfação para estimular o processo constante de melhoria na empresa (Tabela 10).

Tabela 10 – Questão 3: Melhorias nos processos de trabalho e novas tecnologias

Grau	Frequência	Percentual
2	2	2,8
3	6	8,3
4	22	30,6
5	21	29,2
6	19	26,4
Sem Informação	2	2,8
Total	72	100,0

Na questão 4, mesmo que a maioria tenha respondido que está satisfeita com a qualidade dos procedimentos burocráticos de sua empresa, foi a questão entre as cinco da dimensão organizacional que obteve a menor porcentagem de satisfação (72,2%). A maior concentração dos respondentes está entre os fatores 4 (25%) de satisfação moderada e 5 de satisfação alta (33,3%) (Tabela 11). Para os empreendedores, a burocracia atrapalha e retarda o processo decisório na fase inicial da empresa, buscam sempre eliminá-la ou minimizá-la, para que a empresa seja mais ágil na sua produção e resposta ao mercado.

Tabela 11 – Questão 4: Qualidade dos procedimentos administrativos

Grau	Frequência	Percentual
2	9	12,5
3	11	15,3
4	18	25,0
5	24	33,3
6	10	13,9
Total	72	100,0

No grau 5 de satisfação estão concentrados 40% dos respondentes, seguidos de 22,2% no grau 6 – satisfação total. Considerando que a maioria dos empreendedores é proprietária de microempresas e mantém uma relação direta com pequeno grupo de colaboradores e parceiros, a comunicação interna se torna um elemento de fácil gerenciamento, portanto, trazendo satisfação ao empreendedor (Tabela 12).

Tabela 12 – Questão 5: Nível de comunicação interna

Grau	Frequência	Percentual
1	1	1,4
2	3	4,2
3	8	11,1
4	12	16,7
5	29	40,3
6	16	22,2
Sem Informação	3	4,2
Total	72	100,0

5.3.2 DIMENSÃO BIOLÓGICA

A dimensão biológica, que se refere às características constitucionais herdadas e congênitas, inclui o metabolismo, as resistências e as vulnerabilidades do corpo. Está relacionada aos aspectos de saúde, como alimentação, atividade física, convênio médico.

Nesta dimensão houve uma alta oscilação entre as médias de cada questão. Em relação às demais dimensões biopsicossociais, é nessa que se encontram os menores graus de satisfação em relação à QVT. Foi verificado o mais baixo grau de satisfação (20%) na questão relativa à atividade física (Gráfico 13).

Gráfico 13 - Dimensão biológica da QVT

Apenas 47,1% dos respondentes estão satisfeitos com o quesito convênio médico e 50,7% da amostra manifestam satisfação com a prevenção de DCNT (Tabela 13).

Para esta questão houve uma concentração de 27,8% no grau 1, significando que os respondentes estão totalmente insatisfeitos com o atendimento do convênio médico. Em posição oposta, 15,3% dos respondentes estão totalmente satisfeitos.

Tabela 13 – Atendimento do convênio médico

Grau	Frequência	Percentual
1	20	27,8
2	9	12,5
3	8	11,1
4	12	16,7
5	10	13,9
6	11	15,3
Sem Informação	2	2,8
Total	72	100,0

Os resultados mostram que 40,3% dos respondentes estão totalmente insatisfeitos com sua oportunidade de realizar atividade física no trabalho; em seguida, 19,45% se posicionaram com satisfação moderada (grau 3); e 18,1% com alta insatisfação (grau 2) (Tabela 14).

Tabela 14 – Oportunidade de realizar atividade física no trabalho

Grau	Frequência	Percentual
1	29	40,3
2	13	18,1
3	14	19,4
4	6	8,3
5	4	5,6
6	4	5,6
Sem Informação	2	2,8
Total	72	100,0

Os empreendedores, em sua maioria, estão satisfeitos com a qualidade de suas refeições. No grau 4, satisfação moderada, estão 29,2%, a mesma porcentagem (29,2%) se considera altamente satisfeita. E estão totalmente satisfeitos 12,5% no grau 6 (Tabela 15).

Tabela 15 – Qualidade das Refeições

Grau	Frequência	Percentual
1	4	5,6
2	7	9,7
3	9	12,5
4	21	29,2
5	21	29,2
6	9	12,5
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

Nesta questão, 50% dos respondentes se consideram altamente satisfeitos com o estado geral de saúde de seus colegas e colaboradores; 22,2% estão moderadamente satisfeitos (grau 4); e 16,7% estão totalmente satisfeitos (grau 6) (Tabela 16).

Tabela 16 – Estado geral de saúde dos colegas e colaboradores

Grau	Frequência	Percentual
2	1	1,4
3	5	6,9
4	16	22,2
5	36	50,0
6	12	16,7
Sem Informação	2	2,8
Total	72	100,0

Pode-se observar na Tabela 17 uma oscilação entre as respostas, 26,4 % dos empreendedores estão altamente satisfeitos com a prevenção à DCNT, e 20,8% estão totalmente insatisfeitos com a questão. A mesma porcentagem, isto é, 15,3% dos empreendedores estão, respectivamente, altamente insatisfeitos (grau 2) e moderadamente satisfeitos (grau 4).

Tabela 17 – Prevenção a doenças (Cardíaca, obesidade, diabete etc.)

Grau	Frequência	Percentual
1	15	20,8
2	11	15,3
3	9	12,5
4	11	15,3
5	19	26,4
6	6	8,3
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

5.3.3 DIMENSÃO PSICOLÓGICA

Esta dimensão corresponde aos processos afetivos, intelectuais, conscientes ou inconscientes, caracterizando a personalidade, a vida mental e o jeito de se ver e se relacionar no mundo. Os critérios de avaliação do desempenho, da sua renda, da vida pessoal e sua relação com o negócio e com os colaboradores compõem esta dimensão. O fator de maior satisfação (97,2%) é com a oportunidade de crescimento do negócio, e o de maior insatisfação é com a renda pessoal (48,5%) (Gráfico 14).

Gráfico 14 – Dimensão psicológica da QVT

Entre os empreendedores, 29,9% estão altamente satisfeitos com a forma de avaliação de seu desempenho no trabalho; 36,1% estão moderadamente satisfeitos; e 15,3 estão moderadamente insatisfeitos (Tabela 18).

Tabela 18 – Forma de avaliação do desempenho do seu trabalho

Grau	Frequência	Percentual
2	2	2,8
3	11	15,3
4	26	36,1
5	21	29,2
6	11	15,3
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

Na questão clima de camaradagem entre as pessoas, 47,2% dos empreendedores estão totalmente satisfeitos (grau 6); 36,1% escolheram o grau 5 de alta satisfação em relação a este critério. Apenas 2,8% consideram-se moderadamente insatisfeitos, este foi o grau mais baixo escolhido para esta questão (Tabela 19).

Tabela 19 – Clima de camaradagem entre as pessoas

Grau	Frequência	Percentual
3	2	2,8
4	9	12,5
5	26	36,1
6	34	47,2
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

Para 48,6% dos empreendedores, a oportunidade de crescimento do negócio atinge satisfação total (grau 6) e satisfação moderada no grau 5, e atende a 26,4%. Os totalmente insatisfeitos com esta questão representam apenas 1,4% dos respondentes (Tabela 20).

Tabela 20 – Oportunidade de crescimento do negócio

Grau	Frequência	Percentual
1	1	1,4
2	2	2,8
3	4	5,6
4	11	15,3
5	19	26,4
6	35	48,6
Total	72	100,0

Verifica-se nesta questão que houve um equilíbrio de escolhas entre o grau 2 – alta insatisfação com 25%; o grau 3 – insatisfação moderada com 22,2%; e o grau 4 – satisfação moderada com 25% dos respondentes. O índice de satisfação total com 1,4% no grau 1. Este resultado reflete o estágio de empreendedores iniciantes da maioria da amostra, pelo fato de a empresa ainda estar na fase de investimento e de pouca ou nenhuma lucratividade (Tabela 21).

Tabela 21 – Satisfação com a renda pessoal

Grau	Frequência	Percentual
1	3	4,2
2	18	25,0
3	16	22,2
4	18	25,0
5	14	19,4
6	2	2,8
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

Quanto a esta questão, 27% dos pesquisados estão moderadamente insatisfeitos com a ausência de interferência na vida pessoal; 22,2% se posicionaram no grau 4, moderadamente satisfeitos; e 16,7% estão altamente satisfeitos (grau 5). No início de funcionamento de uma empresa existe uma concentração de trabalho centralizada no empreendedor. Quantidade de atividades e tempo dedicado à empresa no início da implantação extrapolam o horário, fazendo que, muitas vezes, o empreendedor trabalhe em casa e nos finais de semana intensamente, reduzindo sua disponibilidade para atividades da vida pessoal (Tabela 22).

Tabela 22 – Ausência de interferência na vida pessoal

Grau	Frequência	Percentual
1	7	9,7
2	8	11,1
3	20	27,8
4	16	22,2
5	12	16,7
6	5	6,9
Sem Informação	4	5,6
Total	72	100,0

5.3.4 DIMENSÃO SOCIAL DA QVT

Esta dimensão está relacionada à incorporação e às influências dos valores e das expectativas das pessoas com as quais se convive. Dos aspectos da interação com os grupos sociais e com diferentes comunidades, tem-se contato para diversas atividades da vida. Também incluídas as relações na perspectiva de diversão e lazer, vida familiar, relacionamento no trabalho e prospecção para o futuro. A melhor média neste conjunto é a satisfação com o relacionamento com parceiros e colaboradores (93,1%). A única questão com que não estão satisfeitos é da pre-

vidência privada, com a média de 40,8%. Com baixo grau de satisfação, 55,6%, está a questão relacionada a entretenimento e diversão (Gráfico 15).

Gráfico 15 – Dimensão social da QVT

Nesta questão, 29,2% estão moderadamente satisfeitos (grau 4) e 22,2% se enquadram no grau 3, moderadamente insatisfeitos, em seguida estão os altamente insatisfeitos (grau 2), com 18,1%. Apenas 9,7% dos empreendedores estão totalmente satisfeitos com sua oportunidade para distração e entretenimento (Tabela 23).

Tabela 23 – Oportunidade para distração e entretenimento

Grau	Frequência	Percentual
1	3	4,2
2	13	18,1
3	16	22,2
4	21	29,2
5	12	16,7
6	7	9,7
Total	72	100,0

Observa-se que os respondentes estão, em sua maioria, satisfeitos com a interação familiar. Ficando 20,8% moderadamente satisfeitos (grau 4); 30,6% altamente satisfeitos; e 15,3% totalmente satisfeitos (Tabela 24).

Tabela 24 – Interação com familiares

Grau	Frequência	Percentual
1	2	2,8
2	10	13,9
3	12	16,7
4	15	20,8
5	22	30,6
6	11	15,3
Total	72	100,0

Quanto à confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores, 44,4% dos empreendedores estão altamente satisfeitos e 25% estão totalmente satisfeitos. Esta é a variável de maior índice de satisfação na dimensão social (Tabela 25).

Tabela 25 – Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores

Grau	Frequência	Percentual
2	3	4,2
3	2	2,8
4	17	23,6
5	32	44,4
6	18	25,0
Total	72	100,0

O grau de satisfação com a qualidade da previdência privada é baixo entre os empreendedores: 26,4% estão totalmente insatisfeitos; 15,3% têm alta insatisfação (grau 3); e 16,7% escolheram o grau 4 de satisfação moderada (Tabela 26).

Tabela 26 – Qualidade da previdência privada		
Grau	Frequência	Percentual
1	19	26,4
2	11	15,3
3	12	16,7
4	16	22,2
5	9	12,5
6	4	5,6
Sem Informação	1	1,4
Total	72	100,0

Nesta questão, 26,4% dos empreendedores estão altamente satisfeitos com o investimento para qualificação (grau 5); 25% estão moderadamente satisfeitos (grau 4); e 16,7% estão totalmente satisfeitos (grau 6) (Tabela 27).

Tabela 27 – Investimento para Qualificação - cursos externos (Graduação, Pós-Graduação)

Grau	Frequência	Percentual
1	7	9,7
2	7	9,7
3	9	12,5
4	18	25,0
5	19	26,4
6	12	16,7
Total	72	100,0

5.3.5 DIMENSÃO PERCEPÇÃO PESSOAL DA QVT

Nesta dimensão estão reunidos elementos para conhecer a percepção pessoal de Qualidade de Vida no Trabalho e captar a sensação de bem-estar e estilo de vida do respondente. Também compõem este foco os estados de tensão, adequação das ações de QVT, conforme bloco do modelo original BPSO96. De uma maneira geral, os empreendedores estão satisfeitos com sua atual condição de Qualidade de Vida no Trabalho. A questão relacionada ao estado geral de tensão pessoal é que teve a média mais baixa de satisfação (54,2%), e a mais alta está relacionada ao resultado da empresa (Gráfico 16).

Gráfico 16 – Dimensão percepção pessoal da QVT

Para a variável sensação de bem-estar no trabalho (Tabela 28), 43,1% dos empreendedores se manifestaram como altamente satisfeitos (grau 5), e 31,9% estão com total satisfação em relação à sensação de bem-estar no trabalho.

Tabela 28 – Sensação de bem-estar no trabalho

Grau	Frequência	Percentual
2	1	1,4
3	7	9,7
4	10	13,9
5	31	43,1
6	23	31,9
Total	72	100,0

Fonte: Calculado pela Autora.

As respostas a esta questão concentram 52,8% dos empreendedores nos graus 3 e 4, sendo, respectivamente, 27,8% com moderada insatisfação e 25% com moderada satisfação, em relação ao estado geral de tensão pessoal no trabalho; 18,1% estão altamente satisfeitos (grau 5) e 11,1% estão totalmente satisfeitos (grau 6) (Tabela 29).

Tabela 29 – Estado geral de tensão (estresse) pessoal

Grau	Frequência	Percentual
1	2	2,8
2	11	15,3
3	20	27,8
4	18	25,0
5	13	18,1
6	8	11,1
Total	72	100,0

A percepção dos empreendedores com seu estilo de vida é moderadamente satisfatória para 29,2%; e altamente satisfatória para 26,4% deles. Escolheram o grau 6 de total satisfação 18,1% dos respondentes (Tabela 30).

Tabela 30 – Satisfação com o seu modo próprio de viver o dia a dia (estilo de vida)

Grau	Frequência	Percentual
1	1	1,4
2	7	9,7
3	11	15,3
4	21	29,2
5	19	26,4
6	13	18,1
Total	72	100,0

Nesta questão, 38,9% dos respondentes escolheram o grau 4 de satisfação moderada; 25% escolheram o grau 5 de alta satisfação. Estão com insatisfação moderada 16,7% (Tabela 31).

Tabela 31 – Adequação das Ações de QVT da sua empresa para as suas necessidades pessoais

Grau	Frequência	Percentual
1	2	2,8
2	7	9,7
3	12	16,7
4	28	38,9
5	18	25,0
6	5	6,9
Total	72	100,0

Verifica-se na Tabela 32 que 37,5% dos pesquisados estão altamente satisfeitos (grau 5) e 26,4 estão totalmente satisfeitos com a importância da QVT para o resultado de seu trabalho. Para o empreendedor, o resultado de seu trabalho está diretamente vinculado à sua realização pessoal com o crescimento da empresa.

Tabela 32 – Importância da QVT para o resultado do seu trabalho

Grau	Frequência	Percentual
1	1	1,4
2	2	2,8
3	5	6,9
4	18	25,0
5	27	37,5
6	19	26,4
Total	72	100,0

5.3.6 CONCEITO DE QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Na questão 35 do questionário, o bloco Qualidade de Vida no Trabalho, os empreendedores deveriam escolher por ordem de importância três palavras que expressassem a sua opinião sobre QVT. As palavras-chave apresentadas seguiram os critérios da abordagem biopsicossocial e estavam distribuídas de forma aleatória. O Quadro 31, a seguir, mostra que, entre as respostas válidas, 53% escolheram a realização pessoal que se enquadra na dimensão psicológica, este é um dado relevante, pois este é um aspecto importante na vida dos empreendedores, quando optam por abrir seu próprio negócio.

Quadro 31 – Escolha das palavras significantes para QVT

Dimensão	Palavras	Incidência	%
Psicológico	Realização Pessoal	21	53%
Biológico	Saúde	5	13%
Social	Confiança	4	10%
Social	Responsabilidade	2	5%
Organizacional	Humanismo	2	5%
Social	Paz	2	5%
Social	Amizade	2	5%
Biológico	Segurança	1	3%
Organizacional	Investimento	1	3%
	Total válido	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

A escolha principal foi direcionada para dimensão psicológica, seguida das palavras saúde com 13% de escolhas na dimensão biológica e confiança (10%), na dimensão social. Estes dados revelam que a visão sobre QVT é diversa da tradicional que normalmente vincula QVT a palavras da dimensão biológica, principalmente a saúde (Gráfico 17).

Gráfico 17 – Incidência em porcentagem das palavras significante para QVT

5.3.7 SAÚDE E DOENÇA

Ao serem questionados se possuem diagnóstico de algumas das doenças crônicas não transmissíveis, 84,7% afirmam que não possuem hipertensão; 93,1% não têm diabetes; 86,1% não possuem diagnóstico de obesidade; e 80,6% não possuem nenhum tipo de DCNT, conforme pode ser verificado no Gráfico 18, a seguir.

Gráfico 18 – Distribuição percentual de respostas para o diagnóstico de doenças crônicas não transmissíveis – DCNT

O uso dos recursos de saúde pode identificar sinais de estresse e de exposição a condições adversas de trabalho, no Gráfico 19 pode-se verificar que houve uma baixa utilização em geral. O recurso mais utilizado foi o convênio médico, com 43,1%; em seguida, a utilização de remédios para dores específicas, com 36,1%. Pode-se afirmar que estes empreendedores estão se encontrar em condições de trabalho e estresse satisfatório, considerando que são os dirigentes das empresas.

Gráfico 19 – Distribuição de percentual para as diferentes ocorrências sobre saúde

5.4 COMPORTAMENTO ALIMENTAR

A apresentação dos resultados sobre comportamento alimentar agrupa os itens do questionário nas dimensões cognitivas, conativas e emocionais do conceito de atitude (MAISONNEUVE, 1977). Nem todos os itens alcançaram o total de 100%, o que é atribuído ao fato de determinados respondentes terem deixado em branco algumas questões.

Na dimensão cognitiva estão agrupadas questões que se referem a crenças informativas e de julgamento sobre a alimentação. Esta dimensão mostra o pensamento dos respondentes em relação a alguns elementos de seu comportamento alimentar (Quadro 32).

Quadro 32 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão cognitiva

Atitude		
Dimensões	Questão	Item
Cognitiva	42	Você restringe ou evita algum alimento de sua dieta rotineira?
	55	Você planeja um cardápio para alimentação com antecedência?
	58	Você acredita que alguma combinação de alimento engorda ou faz mal a saúde?
	59	Você acredita que fazer um dia de jejum ou dieta líquida pode emagrecer?
	69	Você está satisfeito com seus hábitos alimentares atuais?
	71	Você considera sua alimentação atual comparada ao período antes de ser empresário

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que 58% dos empreendedores estão satisfeitos com seus hábitos alimentares atuais. Entre os empreendedores desta amostra, 81,9% não planejam sua refeição com antecedência.

Quando solicitados para indicar alimentos que consideram saudáveis, a maioria escolhe alimentos *in natura* e destaca a salada e o assado como a forma de preparo considerada saudável. Como não saudáveis, as citações mais frequente são as formas de preparo do que pro-

priamente o alimento (frituras e conservas, industrializados), a carne foi o único alimento que apareceu nas duas categorizações (PHILIPPI, 2008). Os alimentos mais citados como saudáveis e não saudáveis estão apresentados no Quadro 33, a seguir.

Quadro 33 – Relação dos alimentos considerados saudáveis e não saudáveis

Alimentos	
Saudáveis	Não saudáveis
Frutas	Açúcar
Legumes	Ovo
Mel	Café
Cereais	Carne
Peixe	Chocolate
Leite	Bolacha
Frango	Fritura
Carne	Conservas
Saladas	Refrigerantes
Assados	Doces

Fonte: Dados da pesquisa.

Acreditam na possibilidade de que algumas combinações entre os alimentos engordam ou fazem mal a saúde 77,8%; dos empreendedores, 81,9% acreditam que um dia de jejum ou dieta líquida pode emagrecer; 54,2% dos respondentes evitam algum tipo de alimento na sua dieta rotineira (TONIAL, 2001; ROMANELLI, 2006).

Na comparação entre o período anterior a ser empreendedor, 43,3% dos pesquisados consideram que sua alimentação está igual; 30,6% consideram que melhorou; e 25% responderam que consideram que sua alimentação piorou. O fato de torna-se empreendedores não altera o padrão alimentar dos respondentes e, em caso de alteração de hábitos em consequência da mudança de papel social, está se dá de forma positiva, melhorando a dieta. Passam a comer de forma adequada a seu grupo social, de forma flexível e que traga satisfação (PHILIPPI, 2004; RAMOS, 2000).

Na dimensão conativa estão agrupadas as questões que demonstram o comportamento, a forma que praticam sua alimentação. Conforme Perreira (2001) esta dimensão explicita a ação propriamente dita. Os hábitos e procedimentos que estabelecem nas refeições no cotidiano (PERREIRA, 2001).

Quadro 34 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão conativa

Atitude		
Dimensões	Questão	Item
Conativa	39	Você considera que come: rápido ou devagar
	43	Como você costuma fazer suas refeições?
	54	Costuma preparar refeição só para você?
	56	Quando vai a festas, você come de maneira diferente do rotineiro?
	57	Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros?
	60	Você faz suas refeições (Almoço):
	64	Você faz suas refeições (Jantar):
	68	Você consome bastante água (media de 8 copos por dia)?

Fonte: Dados da pesquisa.

Responderam que consideram que comem rápido 61% dos pesquisados, entre os que comem devagar estão 37,5%; 1,5% não responderam sobre este elemento; A maioria, 61% não preparam comida só para si. Quando vão a festas, 75% dos empreendedores comem de maneira diferente da rotineira. No seu dia-a-dia, 81,9% não tomam suplemento ou qualquer tipo de vitaminas; 58,3% afirmam que tomam 8 copos de água por dia, conforme recomendado na Pirâmide de Alimentos por Philippi (2008).

Os empreendedores, em sua maioria, costumam fazer seu almoço frequentemente fora de casa: 30 respondentes escolheram restaurantes por quilo (63%); quatro optaram por restaurantes a *La carte*; e três por *fast-food*. Dez empreendedores responderam que almoçam em casa. O Gráfico 20, a seguir, indica o número de empreendedores que optaram pela categoria freqüentemente para responder onde almoçam; não foram consideradas as escolhas raramente e eventualmente. Este resultado confirma outros estudos que indicam o declínio das refeições nos domicílios (LEVI-COSTA, 2003; SILVA, 2008).

Gráfico 20 – Distribuição de respostas por locais de maior frequência no almoço

Com relação ao jantar, da mesma forma, no Gráfico 21 só foram consideradas as respostas para a alternativa local escolhido frequentemente pelos empreendedores. Entre eles, 66,1% responderam que, frequentemente, jantam em casa; 5,6% jantam em restaurante por quilo; e 4,2%, em restaurantes *fast-food*. Apenas 2,8% jantam em restaurante *La carte*. As refeições noturnas são momentos de convivência familiar e são preservadas como manutenção da memória cultural e da afetividade da refeição familiar (ROMANELLI, 2006; MINTIZ, 2001).

Gráfico 21 – Distribuição de respostas por locais de maior frequência para o jantar

Pode-se observar no Gráfico 22, a seguir, as respostas para os diferentes modos de fazer as refeições. Há uma grande incidência (90,3%) da resposta para comer sentado e apenas 9,7% para comer em pé. As respostas comer assistindo à televisão (48,6%) podem estar relacionadas ao jantar e as respostas para comer conversando (48,6%) podem estar relacionadas ao almoço, considerando que esta refeição é feita durante o período de atividade de trabalho e o empreendedor utiliza a pausa da refeição, provavelmente para conversar sobre seu negócio (ALVARENGA, 2001; ROMANELLI, 2006).

Gráfico 22 – Distribuição percentual de respostas afirmativas para diferentes modos de fazer as refeições

Com relação ao tempo de duração das principais refeições, 73% responderam que gastam menos de quinze minutos no café da manhã. Com relação ao almoço, 50% responderam que gastam entre 15 e 30 minutos; e 50% responderam que gastam mais de 30 minutos nesta refeição. No jantar, 54% dos empreendedores gastam entre 15 e 30 minutos; e 35% gastam mais de 30 minutos; apenas 11% fazem esta refeição em menos de 15 minutos. Na Tabela 33, a seguir, pode-se observar esta distribuição de tempo gasto com as refeições. Alvarenga (2001) em seus estudos enfatiza a importância da pausa para refeição como um dos fatores para uma alimentação saudável.

Tabela 33 – Distribuição pelo tempo dedicado às refeições

Tempo	Café da manhã	%	Almoço	%	Jantar	%
Menos de 15'	45	73%	0	-	8	11%
Entre 15 e 30'	16	26%	36	50%	39	54%
Mais de 30'	1	2%	36	50%	25	35%
Total	62		72		72	

Na dimensão emocional apresentada no quadro 35 estão agrupadas questões que demonstram a sensação de prazer, sentimentos positivos ou negativos, a relação afetiva e com outros no comportamento alimentar (PEREIRA, 2001; ROMANELLI, 2006).

Quadro 35 – Questões de comportamento alimentar relacionadas à dimensão emocional

Atitude		
Dimensões	Questão	Item
Emocional	38	Para você, COMER BEM significa: saudável ou saborosa
	40	Você tem algum alimento predileto?
	41	Algum alimento causa aversão?
	52	Você sente prazer ao comer?
	53	Você gosta de cozinhar?
	70	As lembranças relacionadas com comida de sua infância são:

Fonte: Dados da pesquisa.

Os empreendedores, em sua maioria, consideram que COMER BEM significa comida saudável (63,9%); 19,4% consideram que significa saborosa; e 16,7% dos respondentes não atribuíram um significado pessoal; 58,3% gostam de cozinhar e 41,7% responderam não a esta questão. Entre os pesquisados, 59,7% respondem que têm um alimento predileto; 61,1% não sentem aversão por nenhum alimento; 97,2% dos empreendedores sentem prazer em se alimentar (PHILIPPI, 1999; RAMOS, 2000).

Verifica-se que 83% dos pesquisados consideram positivas as lembranças relacionadas a comidas de sua infância remonta à relação bem-estar em ser alimentado (PHILIPPI, 2004), entre estas lembranças foram citadas situações sociais ressaltando a importância da família (ROSSI,

2008): “reunião de família”, “união entre familiares”, “comida da minha avó”; alimentos: e também foram lembrados os aspectos culturais na forma de preparo (TONIAL, 2001): “macarrão da mama”, “strogonoff”, “lasanha”, “pão com manteiga quentinho”; e outras como “pegar fruta no pé”, “almoço de domingo”, “fartura” e “comer de tudo”. As lembranças negativas estão relacionadas a comer legumes, muita fritura, viver de regime ou faltar alimentos, como afirmam 15 % dos respondentes (MINTZ, 2001) (Gráfico 23).

Gráfico 23 – Porcentagem das lembranças relacionadas à comida

Em síntese, o Comportamento Alimentar destes empreendedores caracteriza-se pelas crenças avaliativas de que sua alimentação atual é igual ou melhorou depois que abriu sua empresa. Acreditam que alguns tipos de alimentos, se combinados, podem fazer mal ou engordar, e que jejum pode ajudar a emagrecer. Estão satisfeitos com seus hábitos, mas não planejam suas refeições com antecedência (TONIAL, 2001; PHILIPPI, 2004; ALVARENGA, 2001).

Costumam comer rapidamente, gastam menos de 15 minutos no café da manhã; no almoço, metade dos respondentes gasta entre 15 e 30 minutos e outra metade, mais de meia hora, geralmente almoçam sentados e conversando com alguém, freqüentemente, num restaurante por quilo. No jantar preferem comer sentado à frente da TV ou conversando. Tomam, em média, oito copos de água por dia e não consomem nenhum tipo de suplemento alimentar (PHILIPPI, 2008; SILVA, 1998; ROMANELLI, 2006).

Gostam de cozinhar, mas não preparam comida só para eles. Sentem prazer em se alimentar e têm lembranças positivas da alimentação na infância (MINTZ, 2001). Atualmente possuem uma alimentação flexível com preferências e aversões de alguns alimentos. Para eles, comer bem significa alimentação saudável. Possuem uma dieta adequada ao estilo de vida do grupo social a que pertencem como trabalhadores de grandes centros urbanos, envolvidos na competitividade e a produtividade empresarial (ROSSI, 2008; RAMOS, 2000).

5.5 ÍNDICE DE MASSA CORPORAL

Na presente pesquisa, para medir o estado nutricional foi utilizado o Índice de Massa Corporal – IMC, que é um indicador sugerido para adultos e é uma técnica não invasiva. As informações antropométricas foram autodeclaradas pelos participantes do estudo. Para a classificação dos índices foram utilizadas as recomendações da WHO 2004.

Na Tabela 34, a seguir, pode ser observado que na faixa de normalidade (20-25 Kg/m²) estão 38% dos pesquisados; 40% estão na faixa de pré-obesos; 11% estão obesos; e apenas 3% estão na faixa de magreza (>20 Kg/m²).

Tabela 34 – Distribuição de indivíduos segundo gênero e IMC

IMC (Kg/m ²)	Masculino		Feminino		NR	Total	
	a	%	a	%		a	%
NR	–	–	–	–	3	3	4%
< 20	1	2%	1	9%	–	2	3%
20 - 25	19	33%	8	73%	–	27	38%
25 - 30	27	47%	2	18%	–	29	40%
30 -40	8	14%	–	–	–	8	11%
> 40	3	5%	–	–	–	3	4%
Total	58	100%	11	100%	3	72	100%

A incidência de obesidade é maior entre os homens (65%), apenas 18% das mulheres estão na faixa de pré-obesidade. As mulheres, em sua maioria (73%), estão com IMC normal. Na faixa da magreza foram identificados 2% entre os homens e 8% entre as mulheres. Conforme pode ser observado no Gráfico 24, a seguir:

Gráfico 24 – Distribuição da amostra por sexo e segundo faixa de IMC com valores em %.

A média do IMC da amostra é de 26,88 Kg/m², o que coloca os empreendedores pesquisados acima da faixa para peso normal. Há evidências epidemiológicas de que a incidência de várias doenças crônicas, incluindo em particular doenças cardiovasculares e diabetes, aumenta significativamente com o IMC a partir de 25,0 kg/m² (POF 2002-2003).

Tabela 35 – Medidas de posição e dispersão do

IMC dos elementos amostrados	
IMC	
Média	26,88
Desvio-Padrão	5,09
Máximo	44,57
Mínimo	18,78
Mediana	25,74
Sem Informação	3

No Gráfico 25 apresenta-se a distribuição em porcentagem dos empreendedores da amostra nas faixas de IMC: 55% dos empreendedores estão acima do peso normal recomendado pela OMS, na faixa de pré-obesos, obesos e obesos mórbidos; e 38% estão na faixa normal.

Gráfico 25 – Distribuição da amostra nas faixas de IMC

A partir da POF de 2002-2003, estimou-se que cerca de 40% dos indivíduos adultos do País apresentam excesso de peso, ou seja, IMC igual ou maior que 25 kg/m², não havendo diferença substancial entre homens e mulheres. A obesidade, caracterizada por IMC igual ou superior a 30 kg/m², afeta 8,9% dos homens adultos e 13,1% das mulheres adultas do País (POF 2002-2003).

Segundo a pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde VIGITEL – Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (2008), no conjunto da população adulta das 27 cidades, pesquisadas a frequência do excesso de peso foi de 43,3%, sendo maior entre homens (47,3%) do que entre mulheres (39,5%). Em ambos os sexos, a frequência dessa condição tende a aumentar com a idade, declinando apenas a partir dos 65 anos. Nessa pesquisa, as informações específicas sobre a cidade de São Paulo revelam que 53% das pessoas estão com excesso de peso. Os resultados desse estudo com empreendedores são equivalentes

aos resultados da VIGTEL-2008 para a cidade de São Paulo, tendo-se, também, encontrado a mesma porcentagem que Rodrigues (2008) em seu estudo com executivos da Região Sudeste do Brasil. Segundo esta autora, a população de executivos apresentou-se com excesso de peso (IMC médio = 26,1 kg/m²), sendo que mais da metade (53,5%) estava acima do IMC adequado.

5.6 RESULTADOS E ANÁLISE DO GRUPO FOCAL

O grupo focal foi conduzido, conforme as referências de Carlini-Cotrim (1996), por dois moderadores, a pesquisadora atuou como moderadora na condução das perguntas e dinamização do grupo e a assistente participou registrando suas impressões e informações dos participantes, bem como, atendendo a situações de uso de filmadora para gravação e organização da chegada dos participantes. No encerramento, a pesquisadora fez uma síntese dos pontos principais de cada pergunta e eventualmente esclareceu algumas dúvidas técnicas dos participantes sobre a pesquisa.

Os encontros foram realizados nas próprias incubadoras de empresa, locais convenientes para os participantes. No total de 72 empreendedores consultados, 21 aceitaram o convite para integrar o grupo. Os três grupos focais foram constituídos por 6 a 8 pessoas (MORGAN, 1997) (KRUEGER e CASEY, 2000). Participaram do estudo 17 homens e 4 mulheres.

Quadro 36 – Grupo focal das incubadoras pesquisadas

INCUBADORA	Nº de participantes	Local	Duração
S. J. CAMPOS	6	Sala da incubadora	50 minutos
S. B. CAMPOS	8	Sala da incubadora	1H30M
GUARULHOS	7	Sala da incubadora	1 Hora

Fonte: Dados da pesquisa.

Com o propósito de estabelecer uma conexão entre os dados mais significativos da análise com a QVT e Comportamento Alimentar, foi utilizado como foco a abordagem biopsicossocial

e a concepção de atitude, para compreender a percepção dos empreendedores sobre estes aspectos de sua vida.

Os resultados foram agrupados por tema de investigação:

- Qualidade de vida no trabalho, classificado com as seguintes categorias: biológica; psicológica; social; organizacional; e opinião pessoal.
- Comportamento Alimentar, classificado com as seguintes categorias: imagem afetiva; crenças alimentares; e práticas alimentares.

Nesta fase de análise dos dados foram destacadas frases-chaves dos temas abordados no grupo focal sobre QVT e CA , as mesmas foram classificadas pelo modelo proposto para esta pesquisa. O Quadro 37 mostra a quantidade de manifestações das frases-chaves destacadas nas categorias de análise.

Quadro 37 – Frases-chaves: categoria e manifestações

	Categorias	Número de manifestações
QVT	biológica	6
	psicológica	11
	social	16
	organizacional	14
	Opinião pessoal	16
Outra	habitabilidade	21
CA	Crenças alimentares	19
	Imagem afetiva	24
	Práticas alimentares	24

Fonte: Dados da pesquisa.

5.6.1 QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO – QVT

5.6.1.1 QVT: *BIOLÓGICA*

No que se refere à categoria *biológica* foram avaliados os aspectos sobre satisfação com ações relacionadas ao bem-estar físico ou recuperação de doenças, em destaque os seguintes indicadores: alimentação, prevenção de doenças e atividade física. Manifestam preocupação com sua condição física atual, podem ser identificados os esforços que estão fazendo para incluir ações de promoção a saúde na sua agenda. Verifica-se no relato dos empreendedores estas iniciativas:

... Eu tenho um tempo agora que eu não tinha antes. Por coincidência, eu montei escritório próximo à residência e muitas vezes eu abro mão de ir de carro e vou a pé, ando 5- 6 km a pé ...

... eu comecei a fazer um balanço de um tempo pra cá. Depois que eu me desliguei da empresa eu fiquei menos doente. O normal era, pelo menos uma vez por ano, ter uma amigdalite forte, febre... Eu brinco com a minha esposa porque ela fala “agora você está trabalhando demais” daí eu respondo, então, “agora não sobra tempo para eu ficar doente”.

..., de uma maneira geral eu consegui abrir meu espaço e respeito meu horário de almoço e meu horário de trabalho. Lógico que tem dias que a gente fica um pouco mais, mas eu consigo trabalhar das 8h às 18h.

Este aspecto foi pouco discutido nos grupos. Nos discursos citados, pode-se constatar que a dimensão biológica não está entre as prioridades de ação cotidiana dos empreendedores. Mesmo assim é considerado importante, o fato de se tornarem dono da empresa estimula a busca de alternativas para cuidar da alimentação, da atividade física. Outro fator relevante importante encontrado nos relatos trata da relação positiva que fazem entre o fato de terem escolhido ser

empreendedor e a melhoria da saúde física. Indo ao encontro dos estudos de Dejours (1987), para eles, trabalhar com prazer diminui a manifestação de doenças do corpo.

5.6.1.2 QVT – *PSICOLÓGICA*

No que se refere à categoria *psicológica*, foi avaliada a satisfação percebida quanto ao atendimento das necessidades individuais de reconhecimento; autoestima e desenvolvimento; foram considerados os seguintes indicadores: renda pessoal; camaradagem; e vida pessoal preservada.

...Acho que qualidade de vida é conseguir falar: “agora parou!” Esse “conseguir parar” que é um medidor de qualidade de vida pra mim.

... a gente particularmente valoriza muito é estar com pessoas muito boas que te pressionam a crescer e se superar. Felizmente nós entramos num círculo virtuoso que eu considero muito importante.

*Às vezes você está lá, perto de atingir o seu sucesso profissional, mas não tem estrutura psíquica para alimentar ou sustentar tudo isso. Acho que tem que tentar pelo menos balancear um pouco. Não que você vá priorizar **sua vida pessoal**, mas você tem que dar certa atenção a tudo isso, porque a gente é ser humano...*

...O primeiro passo para essa liberdade que a gente procura é ganhar grana, a grana que dá tranquilidade. Eu falo sempre pra eles, eu tive a chance de fechar uns contratinhos, que tem me dado tranquilidade de pagar as minhas contas e continuar trabalhando.

Nos discursos citados, ao comentarem sobre os aspectos psicológicos, fica evidente a imagem de QVT como equilíbrio entre a vida pessoal de trabalho. Estes relatos demonstram o esforço que os empreendedores estão fazendo, a fim de estabelecer novos paradigmas pessoais

de relacionamento neste novo papel. A transição do modo de vida de funcionário para o de empreendedor provoca reflexões sobre a necessidade de construir novas referências sobre sua autoimagem e suas necessidades pessoais. Conforme estudos anteriores (CONSTANTINO, 2007; LIMONGI-FRANÇA, 2007) a percepção de bem-estar contempla suas necessidade individuais dentro de um ambiente competitivo (MELLO, 2006).

5.6.1.3 QVT – *SOCIAL*

No que se refere à categoria *social*, foram avaliados os seguintes aspectos: envolvimento com a família; investimento na qualificação; e oportunidade de lazer:

... todos são apaixonados pelo que fazem, então, temos que definir regras que são um pouco difíceis de seguir: Eu tenho certo prazo, tenho 27 anos e só me sujeitarei a fazer isso até os 30. Esse é um prazo definido pra mim. E segundo, é o impacto nas minhas relações familiares; hoje eu já não consigo frequentar nenhuma festa familiar mais.

...O que é importante é planejar o tempo, ou seja, por exemplo, os domingos eu separo para mim. Acordo cedo e assisto a Pequenas Empresas Grandes Negócios, corrida de carros...

...Eu acho que você ter qualidade de vida é você fazer alguma coisa diferente da sua rotina e que te dê prazer. Eu, por exemplo, acho que é poder trabalhar, dentro de certo limite, ter folga para depois fazer algo diferente: ir ao teatro, ao cinema, andar de bicicleta...

...Domingo passado, por exemplo, eu trouxe a família toda. Para os pequeninhos, eu trouxe a bicicleta, ficaram aí no corredor correndo pra cima e pra baixo, foi maravilhoso para os moleques. Quando chegamos em casa, eles perguntaram: “pai, quando nós vamos fazer aquilo de novo?”

Os aspectos mais presentes nos discursos dos empreendedores, com relação à dimensão, são relacionados à família e ao lazer. Como vivem intensamente a vida da empresa e estão satisfeitos com esta dedicação, procuram uma forma de aproximar a família da empresa, para serem melhor compreendidos, e o lazer, na maioria das vezes, está relacionado ao foco da empresa ou à vida de empreendedor. O importante é que a maioria acredita que a disciplina e o estabelecimento de metas ajudarão a ampliar e manter suas relações sociais (DOLABELA, 2008) (PASSOS, 2008).

5.6.1.4 QVT – ORGANIZACIONAL

No que se refere à categoria *organizacional*, foi avaliada a satisfação com a estrutura do negócio criado; a política organizacional; as relações internas e externas da empresa e como refletem no empreendedor, foram destacados os seguintes aspectos: imagem da empresa; comunicação interna; resultado; e administração do tempo, como pode ser observado nos discursos destes empreendedores:

... Quando eu passei a ter o meu negócio, a qualidade de vida pra mim melhorou, até porque tem essas possibilidades de você realmente ter uma flexibilidade maior.

... Para conseguirmos recrutar os melhores, com propostas financeiramente maiores, caso de ir para o exterior, morar fora, a gente precisa ter um ambiente com qualidade de vida...

... Todos aqui são empreendedores, estão na incubadora, acho que muitos estão aqui pelo que gostam, pela vontade de fazer, todos aprendem a ter planejamento, ter metas, isto também contribui para a qualidade de vida.

*...Então, hoje, é diferente, eu não trabalho por tempo, eu trabalho por **resultado**. Eu tenho um funcionário que não veio a semana passada inteira, estava em semana de prova, estava com dificuldade, então eu falei que não precisava vir.*

... Eu melhorei muito a minha qualidade de vida como empreendedor, é óbvio que você tem essas preocupações, é óbvio que você tem uma preocupação maior, mas quando se faz o que se gosta você consegue superar essas coisas.

Como pode se apreender nos discursos dos participantes, esta dimensão é a mais importante na composição de sua QVT, pois o próprio papel de empreendedor é determinante para a satisfação com a QVT. A empresa é a concretização desta representação. A autonomia na definição de metas, resultados e forma de atrair colaboradores contribuem para fortalecer a percepção de que ser empreendedor promove uma melhoria na QVT.

5.6.1.5 QVT – *OPINIÃO PESSOAL*

No que se refere à categoria *opinião pessoal*, foram avaliados os seguintes aspectos: sensação de bem estar; estado de tensão; estilo de vida; e importância do resultado de trabalho.

*... Eu acho que no fundo, quando eu converso com o pessoal, se pudesse escolher uma palavra, pra resumir o sentimento de tudo, aquilo que leva a pessoa pra frente, eu acho que essa palavra é **liberdade**.*

*... Você tem os seus **prazos a cumprir**, tem suas tarefas, os trabalhos para entregar para o seu cliente, mas você vai cumprir aquilo dentro do seu horário. Se você trabalha bem da meia noite às seis da manhã...*

*... é que quando você **faz o que gosta**, mesmo não tendo dinheiro, mesmo trabalhando mais...*

*...Mas acho que o fator que diferencia a todos os funcionários é você ser o **dono do seu tempo**. Para mim é um diferencial de qualidade de vida.*

...é muito melhor você dar valor à sua família, amigos, do que bens materiais. Acho que foi na Internet que vi, uma pessoa definindo status como “uma coisa que você não precisa, que você compra com o dinheiro que você não tem e pra mostrar pra alguém que não gosta”. E muitas pessoas passam a vida inteira atrás desses valores que não agregam nada.

Nos discursos citados pode-se apreender que, para os empreendedores, o volume de trabalho e a quantidade de horas trabalhadas não são indicadores de satisfação, o critério mais importante é ter prazer com o trabalho, fazer o que gosta. Ter autonomia, poder escolher quando e como fazem seu trabalho, porém com a responsabilidade de entregar o resultado nos prazos acordados. O estado de tensão é considerado positivo na atividade empreendedora, faz parte do estilo de vida e é percebido como condição adequada para lidar com desafios e complexidade da implantação de uma empresa de base tecnológica; não houve nenhuma manifestação importante se referindo a este aspecto de forma negativa. Dejours (1987) aborda a contaminação do tempo no trabalho e fora do trabalho e também o comportamento livre do trabalhador que escolhe sua atividade laboral como importante fator para sua satisfação.

5.6.1.6 QVT - *HABITABILIDADE : UMA NOVA CATEGORIA*

Além dos discursos presentes que puderam ser agrupados nas 5 categorias analisadas nas falas dos participantes, emergiu um tema relevante que não foi possível agrupar nas categorias pré-definidas. Por diversas vezes, os discursos manifestaram inquietações com a infraestrutura da cidade e da localidade em que a empresa está inserida. Uma vez que esta inquietação persistiu, buscou-se na literatura, estudo que correlacionasse QVT à localização da empresa. Foram encontradas pesquisas internacionais em que o tema habitabilidade tem sido considerado como fator importante na decisão de empreendedores quanto à instalação de sua empresa, pela preocupação com a qualidade de vida, a possibilidade de crescimento da empresa e a capacidade de atrair bons profissionais.

O Economist Intelligence Unit (EIU) realiza anualmente um *ranking* mundial com as cidades mais habitáveis. O termo em inglês *liveability* é descrito no relatório deste instituto de forma simples, englobando cinco categorias, a saber: Estabilidade social (segurança; crimes e conflitos); saúde (pública e privada); educação (pública e privada); cultura e meio ambiente (clima, alimentação, entretenimento), infraestrutura (transporte, habitação, telecomunicações). A pesquisa tem o propósito de subsidiar os empresários na escolha para instalações e mudanças de seus negócios. Estes aspectos apareceram nos discursos dos participantes.

...A gente não consegue ter esse padrão, um padrão ao menos digno para se viver bem. Problemas de miséria, de violência, você não tem onde se refugiar. Eu fico me perguntando se tem pra onde eu fugir?

...Se você vai ao teatro, você fica preocupado com o carro, porque se deixar na rua, você é roubado, se para no farol, corre o risco de ser assaltado e morto. Então, não há possibilidade de ninguém ter qualidade de vida em São Paulo; seja empresário ou trabalhador... empresário também é trabalhador...

...o brasileiro praticamente não tem qualidade de vida. Não essa (QV) de você poder andar tranquilamente, de poder dormir tranquilamente, de chegar do trabalho, abrir o cadeado tranqüilamente, sem ficar com medo que alguém vai te assaltar...

...Os países que conseguiram funcionar para a qualidade de vida coletiva, foram países que passaram por guerras, o Japão, os Estados Unidos...

Brandão (2007) explica habitabilidade como: [...] a produção de um espaço vivido, apropriado, familiar, dotado de uma ordem e de um sentido em que somos capazes de nos reconhecer, desenvolver nossas potencialidades e estar bem conosco, com nossos semelhantes e com o mundo que nos cerca.

Para este autor, esta categoria envolve o uso, o atendimento de necessidades e desejos, por parte do espaço projetado e construído, pois não existe cidade sem o sujeito que a habita.

Cohen (2007) no seu estudo “Habitabilidade e ambiência: estratégias para a promoção da saúde” considera o “ambiente como determinante da saúde, a habitação se constitui em um espaço de construção e consolidação do desenvolvimento da saúde”. A autora recupera, em seu artigo, eventos importantes desse movimento no Brasil. O conceito de habitabilidade deve ser entendido de forma “mais abrangente e sistêmico, no sentido de pertencimento, de usufruto e de direito à cidade. O desafio da contemporaneidade é “construir uma cidade que seja solidária, democrática, justa e inclusiva”.

...como os americanos fazem, eu não sei se alguém teve oportunidade de viajar para lá... É incrível como os caras conseguem fazer as cidades funcionar, você vai para um bairro, a calçada tem passo, eles pensaram no problema das chuvas, é um pedacinho concretado e no meio é grama, lá é tudo arborizado, eu falo, isso que é vida..

.. Eu acho a minha qualidade de vida atual péssima, porque a gente estava falando de bairro, não dá pra fazer caminhada na rua, tem que fazer caminhada na academia, a academia você chega, tem que pegar senha para fazer esteira, e dependendo da hora, talvez, nem dê para você fazer, então você fica estressado.

O professor Wladawsky-Berger da Universidade Estadual de Nova York, em artigo publicado em seu *site* (2009), aborda a multidimensionalidade do conceito *habitabilidade* como qualidade do ambiente em que se vive, da localidade. Para uma cidade se tornar atraente para se viver, deve possuir uma vitalidade econômica e social, considerar a dimensão humana, para que as pessoas se sintam integradas na sua vida diária e ajudem a cidade a se desenvolver. Para ele, habitabilidade também deve incluir um ambiente com conforto e programas destinados a reunir e conectar as empresas e os trabalhadores qualificados.

...Então a sua produtividade é muito pequena. Sem contar o estresse que este trânsito te causa. Você chega no seu serviço, cansado do trânsito, com medo de assalto... é muito complicado você ter que conviver com este tipo de ambiente.

... Uma cadeira confortável, um ambiente confortável, uma boa iluminação, poder olhar o verde lá fora, quando você olha lá fora e vê um verdinho é totalmente diferente de um ambiente de fábrica. Isso para mim é qualidade de vida.

...Então onde você tem possibilidade de fazer uma coisa, falta outra. E não há o respeito também. As pessoas não se respeitam.

...é poder trabalhar, dentro de certo limite, ter folga para depois fazer algo diferente: ir ao teatro, ao cinema, andar de bicicleta... Só que em São Paulo, você não tem nenhuma possibilidade de ter qualidade de vida...

... minha empresa é legal porque a gente tem toda parte de campo e tem cento e trinta e seis alqueires de campo, é bem grande, às vezes, você está aqui e você pode ir lá... Nós dois temos essa qualidade de vida (...) a gente tem aqui umas bicicletas para ir ao campo...

A *habitabilidade* pode ser compreendida como categoria de QVT, considerando-se os seguintes aspectos que estiveram presentes nos discursos dos participantes: cordialidade; meio ambiente; segurança; transporte; e ambiente de negócio.

5.6.2 COMPORTAMENTO ALIMENTAR

No início das sessões de grupo focal, foi solicitado aos participantes que relatassem suas marcas da memória com relação à alimentação na infância, com intuito de aquecer o grupo para

a discussão. O material resultante desta etapa foi bastante rico e importante para compreender o aspecto afetivo do comportamento alimentar deste grupo de pessoas.

5.6.2.1 IMAGEM AFETIVA

São os componentes emocionais ligados ao sistema de valores da pessoa. É a sensação de gostar ou não de uma situação, neste caso da alimentação. O papel da família aparece como o principal elemento da construção de uma referência positiva e prazerosa da alimentação. Este aspecto abordado nos estudos de Tonial (2001) e pode ser identificado nos discursos :

...Eu sou de uma geração que teve oportunidade de comer comida de forno e fogão à lenha, que era tudo incorporado, “cheiros” são muito marcantes, horários..., tinha o horário do café da manhã, almoço, café da tarde, jantar...

... Não tinha televisão junto com comida, não é... Minha mãe nunca deixou comer na frente da TV, “horário de comer é na mesa”, família toda reunida, conversando, até hoje a gente faz isso.

... O fato de todo mundo sentar em volta da mesa, era hora de todo mundo sentar e conversar...

Os elementos que estão presentes no discurso dos empreendedores se referem à memória afetiva, é o aroma do alimento na hora do preparo e, também, a convivência com pessoas que possuem laços afetivos. Vale destacar a importância dos pais em estabelecer as normas e regras para uma alimentação saudável. É na infância que o processo de consolidação da atitude alimentar se instala e torna duradouros alguns aprendizados positivos nesta fase (PHILIPPI, 2008). Como podemos observar, há em relação ao cheiro, ao aroma, aspectos simbólicos importantes na promoção de uma alimentação saudável, como identifica Tonial (2001), na dimensão cultural

da alimentação. Ramos (2000) observa também que a percepção para os sabores desenvolve-se na infância.

Philippi (2004, p.34) enfatiza a importância no ato de comer do comportamento social aceitável e que traga satisfação. Estar junto com outras pessoas conversando em volta da mesa, esta é uma imagem positiva que trazem da infância com a família, do momento de refeições e que buscam praticar e transmitir para seus filhos.

5.6.2.2 CRENÇAS ALIMENTARES

Esta categoria está relacionada aos aspectos cognitivos, pensamentos e informações, que são aceitos como verdadeiros sobre a alimentação, e passam a direcionar as escolhas de alimentos e forma de comer.

... É 100% trabalho de computador, o principal problema com a equipe é a insatisfação estética. O pessoal começa a engordar, engordar... e mesmo homem, o pessoal é bem vaidoso, então acaba achando muito ruim.

...Na minha empresa é uma preocupação nossa, e o que estamos tentando fazer é da nossa geladeira um stand de café da manhã, porque hoje nós não comemos frutas, verduras, leite... Como todo mundo mora sozinho, ninguém consegue manter porque estraga muito rápido. Se você compartilha isso, é melhor.

... Eu acho que com o passar dos anos, a própria forma de você, hoje, ganhar a vida fez com que as mulheres também passassem a trabalhar e algumas até não gostavam mesmo da cozinha... Mas tem muitas que gostam, mas hoje não tem tempo para ficar lá, tem que trabalhar para ajudar no sustento do lar.

... Eu não sei ficar na cozinha fazendo a minha comida, a minha filha Marcela também não, então ela provavelmente vai ser adepta ao fast food.

Nos discursos dos participantes destacados, podem-se extrair vários relatos sobre as mudanças pessoais e sociais que interferem na alimentação. Acreditam que a entrada da mulher no mercado de trabalho foi determinante nas mudanças de local de alimentação, do domicílio para restaurantes indo ao encontro dos estudos de Popkin (1993) e Levi-Costa (2003). Crêem que este movimento será contínuo, pois já atingiu as novas gerações. Outro aspecto relevante, apreendido na discussão sobre o tema, foi a avaliação dos participantes do seu papel, como dono da empresa, deverão proporcionar alternativas de alimentação de acordo com a especificidade de trabalho da própria empresa, e adequada ao estilo de vida dos colaboradores.

5.6.2.3 PRÁTICAS ALIMENTARES

Nesta categoria está agrupado o conjunto de reações que os participantes têm ante a alimentação nos aspectos de hábitos, horários de refeições, escolhas de alimentos.

... eu tive que mudar toda a parte de hábito alimentar, hoje eu como bem melhor, não como fritura, eu evito um monte de coisa que com o tempo, a gente vai aprendendo que não é bom para o organismo. Mas eu tive que passar por todo esse “sofrimento”, por toda essa fase de transição.

... chega uma hora que você começa a achar mais fácil ir ao quilo, pegar a fila, sentar, comer, pagar e ir embora.

... quando a gente começou aqui na empresa, era “paulera”, almoçava em quinze minutos, revezava, porque nós somos dois sócios, mas chega uma hora que o próprio organismo não aguenta mais.

...No almoço eu tenho um padrão, como a gente é empresário, não consegue seguir tudo direitinho todos os dias, a não ser que você seja um empresário que fica no escritório, aí você tem uma geladeirinha, um frigobar que você pode ter suas coisas.

Para finalizar, destaca-se o relato de um dos participantes para ilustrar a imagem que está sendo construída atualmente pelas informações e mensagem da mídia, que instiga a dicotomia entre o saudável e o prazeroso, como se fossem opostos inconciliáveis.

...Normalmente, o que é gostoso não é saudável. É inversamente proporcional. Tem uma propaganda, ótima, que mostra bem isso, que é um menininho brigando com a mãe, chorando, porque quer comer chicória... a gente não come coisa saudável porque é gostosa, come porque é saudável.

Conforme Philippi (2008), a qualidade de vida se dá pela integração de diversas esferas, como a pessoal, social, afetiva e profissional. O comportamento alimentar é mais que a escolha de alimentos saudáveis. As emoções e crenças que, também, embasam o que comer, como comer, são fundamentais na construção de uma atitude alimentar. E é a atitude favorável em relação à forma como se pensa, sente, age, em relação ao alimento em si e sua forma de preparo, que subsidiará a predisposição e a escolha por uma alimentação que integre o saudável e o prazeroso (AJZEN e FISHBEIN, 2000; APUD LOPES 2005).

5.6.3 OPINIÃO SOBRE O GRUPO FOCAL

No final das sessões houve manifestações espontâneas dos integrantes do grupo focal com relação à oportunidade de falar sobre sua qualidade de vida e conhecer a opinião de outros empreendedores. Consideraram positiva e enriquecedora a troca entre eles, principalmente a descoberta de similaridades nos valores e no modo de agir em relação ao tema. Sugerem a continuidade dos encontros no formato desta pesquisa.

...querendo ou não, a gente acaba fazendo uma terapia aqui, conheci vários pontos deles que eu não conhecia, que não tinha conversado, você vê o lado mais humano...

...Você não vai ter que fazer isso mais vezes?

... Um pouquinho que conversa, você acaba melhorando a qualidade da vida da pessoa, só pela troca de experiência...

... Por essa medida, eu percebo que a gente inverte a importância das coisas...

Destacaram a importância de abrirem um espaço na agenda para atividades deste tipo, em que refletem sobre QVT e sobre a construção seu estilo de gestão empresarial saudável. Constataram que, como os empreendedores são solitários, têm poucas oportunidades de conviver com seus pares e que o período em que ficarão na Incubadora pode contribuir para o desenvolvimento de uma rede de relacionamento entre eles, com vista a compartilhar questões relacionadas ao autoconhecimento e à melhoria da qualidade de vida.

...O que seria legal para a incubadora, é pegar quem está incubado aqui, ou quem já foi incubado, e fazer um churrasco, vir, conversar, para passar a experiência deles para quem está aqui.

...a incubadora tem que cumprir o papel dela, mas nada impede de ter uma política humana, da pessoas trocando idéias... Eu acho que a gente deveria ter um pouco dessa “perda de tempo” pra trocar idéias, ajudar, esse é o sentimento que deveria estar sempre aqui.

...Se você oferece ajuda, o outro fica mais a vontade.

Com todas as observações e análise feitas com o resultado do grupo focal foi possível mostrar com os dados encontrados que, para o empreendedor, a satisfação com a QVT está na autonomia que ser dono da empresa proporciona. Ter flexibilidade e liberdade na administração das tarefas e fazer o que gosta. Para o empreendedor, o trabalho tem um significado de realização pessoal, mesmo sendo intensa a realização atividades diárias decorrente das escolhas que fizeram. O grupo focal fortaleceu o resultado da pesquisa, pois estes dados se repetem nos diferentes instrumentos utilizados.

A partir da análise dos resultados, é possível tecer algumas considerações finais sobre este estudo. Tendo como objetivo, inicialmente proposto – conhecer a percepção dos Empreendedores quanto à sua concepção de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT); e verificar seu Comportamento Alimentar (CA) –, utilizando a abordagem do instrumento BPSO-96 e do questionário de Hábitos Alimentares e grupo focal, com empreendedores vinculados a Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica de São Paulo, procede-se às seguintes conclusões:

(i) De acordo com a análise do primeiro fator – *Desenvolvimento Empresarial* – que pode ser considerado como o de maior representatividade entre os resultados da pesquisa, os empreendedores estão satisfeitos com a QVT e a percebem em maior grau por meio de fatores relacionados à dimensão organizacional e social. Para eles, QVT tem significado de realização pessoal e está diretamente vinculada aos resultados conquistados no desenvolvimento da empresa e, também, à relação de confiança que estabelecem com os parceiros e colaboradores que escolheram para viabilizar seu empreendimento.

(ii) Percebe-se, porém, uma aparente negligência com a dimensão *biológica* quando se trata da QVT, eles reconhecem que, ante uma não satisfação com relação às questões de promoção da saúde, se faz necessário investir em ações que incluam a alimentação, atividade física e convênio médico, para que tenham um desenvolvimento integrado das dimensões da QVT.

Conforme Limongui-França (2007), é necessário que as dimensões *biopsicossociais* se manifestem de forma equilibrada na QVT.

(iii) O estudo mostrou que os empreendedores relacionam a QVT de forma positiva com todos os *aspectos pessoais* dentro do contexto *organizacional*. Mostrou, também, que é alto o grau de satisfação com o estilo de vida que escolheram. Eles demonstraram que possuem sensação de bem-estar no trabalho e estão satisfeitos com o grau de tensão e atendimento de suas necessidades pessoais promovido pela empresa.

(iv) Empreendedores são automotivados e se sentem confortáveis com grandes desafios. As condições de déficit de recursos, (financeiros, estrutura física ou sobrecarga de funções) são elementos considerados desafiadores para serem superados e atingirem os resultados projetados. Nesse sentido, os fatores *psicológicos*, como clima positivo entre as pessoas e uma boa avaliação de seu desempenho, contribuem para o alto grau de satisfação com a QVT.

(v) A *primeira hipótese* de pesquisa abordava o fato de os empreendedores se alimentarem mal, em razão da baixa qualidade dos alimentos que ingerem e do tempo reduzido dedicado à alimentação, durante o período de trabalho, não foi comprovada por este estudo, pois foi possível identificar que os empreendedores estão satisfeitos com sua alimentação, consideram que sua dieta é boa ou está melhor agora que atua como empresário.

(vi) Assumem que comem rápido. Porém, equilibram o tempo gasto com escolha de alimentos saudáveis e buscam manter uma disciplina adequada no período de trabalho e estilo de vida. Pelo IMC declarado, os empreendedores pesquisados estão com *sobrepeso* e identificam que a falta de *atividade física* pode ser um dos fatores que contribuem para este estado trabalham muitas horas sentados em frente de computadores e nas horas que não estão trabalhando priorizam, por exemplo, a convivência com a família e não a atividade física. Foi alto o grau de insatisfação evidenciado por eles no item oportunidade de *realizar atividade física*.

(vii) Com relação à *segunda hipótese* de pesquisa, os Empreendedores não reconhecem a importância de os bons hábitos de alimentação serem parte da QVT. Não houve uma correla-

ção significativa entre os dois fatores. A prioridade para identificar QVT está mais nos fatores relacionados aos aspectos organizacionais e sociais do ambiente empresarial. Ficou evidente que esta população percebe a importância de um comportamento alimentar saudável, mas sem necessariamente vincular à sua percepção de QVT.

(viii) Por outro lado, a habitabilidade é fator relevante para os empreendedores na sua percepção de QVT, a satisfação com a convivência social na cidade e localidade onde a empresa está inserida, considerando a infraestrutura ambiental, de segurança, de cultura e ambiência para os negócios. Este foi um elemento identificado por esta pesquisa que ainda não foi encontrado em nenhum estudo anterior relacionado à QVT.

(ix) Pode-se concluir que a atividade empreendedora interfere de forma positiva no comportamento alimentar, pois a maioria dos pesquisados está satisfeita com seu padrão de alimentação e declaram que: ou não ocorreram mudanças, ou estas foram positivas, isto é, sua alimentação está melhor atualmente do que a profissional anterior.

(x) Com base nestes resultados, recomenda-se que programas de apoio e fomento ao empreendedorismo, como Incubadoras de Empresas, podem investir em ações relacionadas à promoção da saúde, como, por exemplo, convênio médico, educação nutricional e oportunidades de realização de práticas corporais.

(xi) Este estudo vem *contribuir* para a introdução do empreendedor como *categoria* de trabalhadores, importante no contexto social para as pesquisas de QVT e comportamento alimentar.

(xii) Outra *contribuição* acadêmica percebida, para o estudo do comportamento alimentar, está na escolha do *conceito de atitude*, com base em autores como Krech et al. 1962 apud Usoro (2000); Pereira (2001); e Maisonneuve (1977), cuja origem se encontra na Psicologia Social. Destacando-se três dimensões – cognitiva, conativa e emocional –, para a análise do questionário e compreensão mais detalhada da forma de agir com relação

à alimentação. A identificação de crenças, sentimentos e práticas, que compõem a *atitude alimentar*, pôde facilitar a percepção de uma predisposição para mudanças mais efetivas no comportamento alimentar e na reeducação nutricional.

(xiii) Sugere-se, ainda: a correlação da QVT com os fatores produtividade, competitividade, inovação e escolha do tipo de negócio em que atuam os empreendedores; além da ampliação deste estudo para empreendedores de outras localidades e diferentes etapas de maturidade empresarial.

(xiv) Outro enfoque de pesquisa importante é abordagem da correlação entre a percepção do empreendedor de sua QVT e seu Comportamento Alimentar com a cultura empresarial que está sendo formada em sua empresa.

(xv) Considerando o tema habitabilidade que emergiu durante o grupo focal, recomenda-se que este item seja contemplado nos instrumentos de futuras pesquisas de QVT para empreendedores.

(xvi) Não se deixou de perceber, no entanto, que este estudo apresenta algumas *limitações*, além daquelas relacionadas à natureza dos métodos e das técnicas, mencionados anteriormente, que indicam a aplicação ou generalização indevida de seus resultados. Entre elas está a *ausência* de publicações sobre a Qualidade de Vida no Trabalho de empreendedores, o que não possibilitou estabelecer parâmetros para a comparação com estudos anteriores.

(xvii) Outro *fator* relevante para esta limitação é que as informações e percepções sobre o tema deste estudo estão restritas a este grupo de empreendedores e ao local e fase de desenvolvimento em que se encontram no processo de implantação de suas empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ABREU, R.; MONTEIRO, J.; LIMONGI-FRANÇA, A. C. A qualidade de vida no trabalho como ação institucional – o caso SESC Itaquera. In: FISCHER, A.; DUTRA, J.; AMORIM, W. Gestão de Pessoas. São Paulo: Editora Atlas, 2009, p.143-67.
2. ALBUQUERQUE, L. G.; LIMONGI-FRANÇA, A. C. Estratégias de recursos humanos e gestão da qualidade de vida no trabalho: o stress e a expansão do conceito de qualidade total. *Rev. Admin. RAUSP*, São Paulo, v 33, n 2, p. 40-51, 1998.
3. ALVARENGA, M. *Bulimia Nervosa: Avaliação do padrão e comportamento alimentar*. 2001. Tese (Doutorado) – Curso de Pós- Graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada. Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. Faculdade de Saúde Pública da USP. São Paulo, 2001.
4. ANJOS, L. A . DOS; VEIGA, G. V. DA; CASTRO, I. R. R. DE. Distribuição dos valores do índice de massa corporal da população brasileira até 25 anos. *Ver. Panam. Salud Publica*, Washington, v. 3, n. 3, p.164 -74, mar.1998.
5. AQUINO, R. C.; PHILIPPI, S. T. Consumo infantil de alimentos industrializados e renda familiar na cidade de São Paulo in *Rev. Saúde Pub.*, São Paulo, v.36, n.6, p.655-60, 2002.
6. ARELLANO, E. B. Qualidade de vida no trabalho e os programas premiados: uma pesquisa exploratória. In: ARELLANO, E. B. *Qualidade de vida no trabalho e psicologia social*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004, p. 139-164.

7. AURELLANO, E. B. Avaliação dos programas de qualidade de vida no trabalho-análise crítica das práticas das organizações premiadas no Brasil. 2008. Tese (Doutorado)- Nutrição Humana Aplicada. Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. Faculdade de Saúde Pública da USP. São Paulo, 2008.
8. BARETTO, S, A.; CYRILLO, D. C. Análise da composição dos gastos com alimentação no município de São Paulo na década de 90. *Ver. As. Pub.* v.35, n.1, p.52-59, 2001.
9. BARINI FILHO, U.. *Transmissão da competência empreendedora: um estudo de casos múltiplos*. 2008. Tese (Doutorado)- Departamento de Administração da Faculdade de Econômica e Administração e Contabilidade da Universidade São Paulo. São Paulo, 2008.
10. BARON, R. A. e SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Edictora Thomson Learning, 2007.
11. BARROS, A. e LEHFELD, N. *Fundamentos de metodologia*. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.
12. BOLETIM ESTATÍSTICO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA. Observatório Sebrae, 2º sem. de 2005.
13. BRANDÃO, C. A. L. Habitabilidade e Bem-Estar. 2007. Disponível em: <http://simoneborgesfilosofia.blogspot.com/2007/08/habitabilidade-e-bem-estar.html>. Acesso em: 10/02/2010.
14. BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Doenças relacionadas ao trabalho: Manual de procedimentos para os serviços de saúde*. Brasília: Ministério da Saúde do Brasil, 2001.
15. CAMPINO, A. C. *Economia da alimentação e Nutrição: noções básicas*. São Paulo: Instituto de Pesquisas Econômicas da USP, 1985.
16. CARLINI-COTRIM, B. .Potencialidades da técnica qualitativa grupo focal em investigações sobre abuso de substâncias. *Rev. Sa. Pub.* v.30, n.3, p.285-93 ,jun,1996.
17. CASOTTI, L.; RIBEIRO, A.; SANTOS, C. E RIBEIRO, P. Consumo de Alimentos e Nutrição: dificuldades práticas e teóricas in *Cader. Deba.*, v. VI, 1998.
18. CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006
19. CINTRA, I.P; VON DER HEYDE, M.E; SCHMITZ, B.A.S; FRANCESCHINI, S.C.C; TADDEI, JAAC et al. Métodos de inquéritos dietéticos. *Cadê. Nutr.*, v.13, n.1,; p.11-23, 1997.

20. COHEN, C. S. Habitação saudável e ambientes favoráveis à saúde como estratégia de promoção da saúde. Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca. *Ciênc. & Saú. Colet.*, Rio de Janeiro, v.12, n.1, jan./mar.2007. Disponível em: in <http://br.monografias.com/trabalhos903/habitacao-saudavel/habitacao-saudavel.shtml>. Acesso em: 20/03/2010.
21. CONOVER, W. J. *Practical Nonparametric Statistics*. John Wiley. New York, 1998.
22. CONSTANTINO, M. A. Avaliação da qualidade de vida: desenvolvimento e validação de um instrumento, por meio de indicadores biopsicossociais, junto à Comunidade da Universidade de São Paulo-USP. 2008. Tese (Doutorado)-Nutrição Humana Aplicada (FCF/FEA/FSP), São Paulo, 2007.
23. COZZOLINO, S. M e COLLI, C. *Novas recomendações de nutrientes: interpretação utilização*. In: INTERNATIONAL LIFE SCIENCES INSTITUTE DO BRASIL. Usos e aplicações das “Dietary Reference Intakes”. São Paulo: ILSI, 2001.
24. CUNHA, D. T. O. Nutrição de trabalhadores. 1º SIMPÓSIO BRASILEIRO SOBRE ERGONOMIA E SEGURANÇA DE TRABALHO FLORESTAL E AGRÍCOLA. 2000. Belo Horizonte, MG. jul.2000. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/6664721/Qualidade-No-Trabalho> Acesso em: 19/05/2007.
25. CYRILLO, D. C. Tendência de consumo de alimentos e o Plano Real: uma avaliação para a grande São Paulo. *Plane. Polit. Pub.*, 1997.
26. DEJOURS, C. A loucura do trabalho: estudo de psicologia do trabalho. Editora Cortes, 1987.
27. DESSEN, M. C.; PAZ M. G. Validação de um instrumento de perfil pessoal nas organizações. In: Avaliação Psicológica, 2009, 8(3), p. 347-357
28. DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999.
29. DOLABELA, F.; SANTOS, P. F.; DANTAS, A. DE B. *A influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora em empresários ibero-americanos*. In: XIX CONGRESSO LATINOAMERICANO Y EL CARIBE SOBRE EL ESPRITU EMPRESARIAL 2008. Florianópolis, SC. 23/10/2008. Disponível em: <http://www.clee2008.ufsc.br/26.pdf> Acesso em: 10/07/2009
30. DORNELAS, J. C. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
31. DORNELAS, J. C. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. São Paulo: Editora Campus, 2007.

32. DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 2005.
33. FEIJÓ, R.; SUKSTER, E. F. L.; FIALHO, L. et al. Estudo de hábitos alimentares de estudantes secundaristas de Porto Alegre. *Pediatria*, SP, v.19, n.4, p.257-62, 1997. Disponível em: <http://bases.birene.br> Acesso em: 10/04/2009.
34. FERNANDES, E. *Qualidade de Vida no trabalho*: como medir para melhorar. Salvador: Casa da Qualidade, 1996.
35. FILION, L. J. From entrepreneurship to entreprenology: the emergence of a new discipline. *J. Entrepr. Cult.*, v.6, n1, p.1-23, 1998.
36. FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Rev. Admin. Emp.*, FGV, SP, v.31,n.3,p. 63-71, jul/set. 1991.
37. _____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *RAUSP -Rev. Admin. Univ. São Paulo*, SP, 1999.
38. _____. Gerenciamento e empreendedorismo. *Ver. Admin. Empr.*, São Paulo: EAESP / FGV, RAE Light, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.
39. FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo da atividade empreendedora. Tradução de Costa, S.R. *Intern. Small Busi. J.*, 1991.
40. _____. *Vision et Relations: clefs du succes de l'entrepreneur*. Montreal: Editions de l'entrepreneur, 1991.
41. _____. *Empreendedorismo na prática*. São Paulo: Editora Campus, 2007.
42. _____. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. *Rev. Neg.*, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004.
43. FISBERG, M. Perfil nutricional, composição corporal e hábitos alimentares de modelos adolescentes brasileiras. 2002. Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos2/perfil-nutricional-composicao/perfil-nutricional-composicao.shtml>. Acesso em: 20-02-2009.
44. FLOYD, S.W. and WOOLDRIDGE, B.. Building strategy from the middle: reconceptualizing strategy process.. Thousand Oaks, Ca: sage Publications Inc., March 2000.

45. FONSECA, M. J.; CHOR, D.; VALENTE, J.G. Hábitos Alimentares entre funcionários de banco estatal: padrão de consumo alimentar. *Cad. Saúde Publica*, Rio de Janeiro, v.15, n.1, p. 29-39, 1999.
46. GIL, A . C.. *Como elaborar projeto de pesquisa* São Paulo: Atlas, 1996.
47. GIL, A .C. *Métodos e técnicas de pesquisa Social*. São Paulo: Atlas, 2007.
48. GOMES, A.L.C. *Indicador da qualidade de alimentação de mulheres nos diferentes extratos sociais*. 2003. Dissertação (Mestrado)- Curso de Pós- Graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada. Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. Faculdade de Saúde Pública da USP. São Paulo, 2003.
49. GOULART, I. R.; SAMPAIO, J.R. Qualidade de vida no trabalho: uma análise da experiência de empresas brasileiras. In: SAMPAIO, J. R. (org.), *Qualidade de vida, saúde mental e psicologia social*. *Est. Contem.* II, Casa do Psicólogo, 1999.
50. GRECO, S. M. de S. S. et al. *Empreendedorismo no Brasil*: 2008. Curitiba: IBQP; 2009.
51. HAIR, JR J.F.; ANDERSON, R. E.; TATHAN, R.; BLACK, W. C. *Análise multivariada de dados*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
52. HAIR, J. F., ANDERSON, R. E., TATHAM, R. L. E BLACK, W. C. *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition. Prentice-Hall, Inc., 1998.
53. HASHIMOTO, M. *Espírito Empreendedor nas Organizações*. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.
54. HONMA E.T. *Competências empreendedoras: estudo de casos Múltiplos no setor hoteleiro em Curitiba*. 2007. Dissertação (Mestrado)- Administração do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, PR, 2007.
55. HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. *Dicionário HOUAISS da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
56. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003*. Análise da disponibilidade domiciliar de alimentos e do estado nutricional no Brasil. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=278&id_pagina=1. Acesso em 12/12/2009.

57. **Internacional Life Sciences Institute do Brasil.** Usos e Aplicações das “Dietary Reference Intakes”- DRIs - Disponível em: <http://www.sban.com.br/educacao/pesquisa/dris.htm> Acesso em: 12/12/2008.
58. **IERVOLINO, S. A.; PELICIONE, M. C.** A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. *Rev. Esc. Enf. US.*, São Paulo, v.35, n.2, p. 115-21, jun. 2001.
59. **KOCHE, J.C.** *Fundamentos da metodologia científica e prática de pesquisa.* Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
60. **KRUEGER, R.A.; CASEY, M.A.** *Focus groups. A practical guide for applied research.* California: Thousands Oaks. 2000.
61. **LEITÃO, C.** Debate sobre o artigo de Minayo & Sanches. *Cad. Saúde Públ.*, v.9, p. 257-8, 1993.
62. **LENZI, F. C.** *Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas.* 2008. Tese (Doutorado)- Departamento de Administração da Faculdade de Econômica e Administração e Contabilidade da Universidade São Paulo-USP, São Paulo, 2008.
63. **LEVY-COSTA R.B. et al.** Disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil: distribuição e evolução (1974-2003). *Revi.Ssaú.Públ.*, v. 39, n.4, 2005.
64. **LIMONGI-FRANÇA, A . C.** *Indicadores empresariais de qualidade de vida no trabalho: esforço empresarial e satisfação dos empregados no ambiente de manufaturas com certificação ISO 9000.* 1996. Tese (Doutorado)- Departamento de Administração da Faculdade de Econômica e Administração e Contabilidade da Universidade São Paulo - USP, São Paulo, 1996.
65. **LIMONGI-FRANÇA, A . C.** *Modelo de gestão da qualidade de Vida no Trabalho: fatores críticos de uma nova competência .*In: XXII SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. BRASIL. Nov. 2002.PET/USP
66. **LIMONGI-FRANÇA, A . C.** *Qualidade de Vida no Trabalho – conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial.* São Paulo: Atlas, 2008.
67. _____. *Qualidade de Vida no Trabalho – fatores críticos de gestão e competência.* In: **DUTRA, JOEL; FLEURY, TEREZA; RUAS, ROBERTO.** *Competências.* São Paulo: Editora Atlas, 2008a.

68. LIMONGI-FRANÇA, A . C. *Práticas de recursos humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos*. São Paulo: Atlas, 2007.
69. LIMONGI-FRANÇA, A . C., RODRIGUES, A. *Stress e Trabalho – Guia básico com abordagem psicossomática*, São Paulo: Editora Atlas, 1997.
70. LOPES JR, GUMERSINDO SUEIRO, SOUZA, EDA CASTRO Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas Empresas: Construção de um instrumento e medida. *REAd.*, ed. 48, v.11, n.6, nov-dez 2005. Disponível em: http://read.adm.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_380.pdf. Acesso em 18/8/2009.
71. LOURENÇO, CLÉRIA D. S., FERREIRA P. A., BRITO M. J. *O Significado do Trabalho para uma Executiva: a Dimensão do Prazer*. XXXIII ENCONTRO DA ANPAD. São Paulo. 19 a 23 de setembro de 2009.
72. LÜDKE, M. e ANDRÉ, M. E. D. A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.
73. MAGALHÃES, R.; FAVARETO, A.; SOUZA, M. Desenvolvimento e empreendedorismo: dinamização das economias locais, microfinanças e comércio solidário. *Informações Econômicas*, SP, v.37, n.12, dez. 2007
74. MAISONNEUVE, J. *Introdução a Psicossociologia*. São Paulo: Nacional, Edusp, 1977.
75. MALHOTRA, N.K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
76. MARCONI, M. e LAKATOS, E. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2006.
77. MARCONI, M. e LAKATOS, E. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2007.
78. MELLO, S. C. B. ; LEO, A. L. M. S. ; PAIVA JR., F. G Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia *Rev. Adm. Contemp.*, Curitiba, v.10, n.4, out./dez. 2006.
79. MENDES, A. M. et al. (org.). *Trabalho em transição, saúde em risco*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília- UnB, 2002.
80. MICHAELIS: *Pequeno dicionário da língua portuguesa* - São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1998.
81. MINAYO, M. C. de S. e SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? *Cad. Saúde Pública*, v.9, p. 239-62, 1993.

82. MINAYO, M. C. de S. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.
83. MINAYO, M. C. de S. (org.) *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
84. MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. *Rev. bras. Ci. Soc.*, São Paulo, v.16, n. 47, Oct. 2001.
85. MORETTIN, P.A. E BUSSAB, W.O. *Estatística Básica*. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.
86. MORGAN, D. Focus group as qualitative research. *Qualitative Research Methods Series*. 16. London: Sage Publications, 1997.
87. MORIN, E. Os Sentidos do Trabalho. *RAE – Ver. Adm. Empr.*, v. 41, n. 3, p. 8-19, jul./set., 2001.
88. OGATA, A. Qualidade de vida na MPes. *Gazeta Mercantil*, cad. A. p. 3, 03-01-2005.
89. OPPENHEIM, A. N. Questionnaire design and attitude measurement. New York: Basic Book, 1966.
90. PAIVA JÚNIOR, F. G. LEÃO, A. L. ; MELLO, S. B. *Competências Empreendedoras em Comportamentos de Dirigentes de Êxito Socialmente Reconhecido – NANPAD*, 2003. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2003/dwn/enanpad2003-ece-2231.pdf> Acesso em 12/12/2008.
91. PASCHOAL, T. E TAMAYO, A. Construção e validação da Escala de bem-estar no trabalho. *Aval. Psicol.*, v.7, n.1, p.11-22, abr. 2008..
92. PASSOS, C. A. K. et al. *GEM: Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil* : 2007. Curitiba : IBQP, 2008.
93. PEREIRA, FRANCISCO. Representação Social do empresário. Lisboa: Edições Sibalo, 2001.
94. PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES 2002-2003. Análise da Disponibilidade Domiciliar de Alimentos e do Estado Nutricional no Brasil. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2002analise/comentario.pdf> Acesso em: 20/01/2010
95. PHILIPPI, S. T. Guia alimentar para o ano 2000. In: DE ANGELIS R.. *Fome oculta: impacto para a população do Brasil*. São Paulo: Atheneu; 1999. p.160-76.
96. PHILIPPI, S.T. (org.) *Pirâmide dos Alimentos: fundamentos básicos da nutrição* – Barueri, SP: Manole, 2008.

97. PHILIPPI, S. T.; CRUZ, A. T. R.; COLUCCI, A. C. A. RIBEIRO, L.C. Pirâmide Alimentar para crianças de 2 a 3 anos Rev. Nutr., Campinas, v.16, n.1, p.5-19, jan./mar. 2003.
98. PHILIPPI, S.T., COLUCCI, A.C.A., CRUZ, A.T.R., FERREIRA, M.N., COUTINHO, R.L.R. Alimentação saudável na infância e na adolescência. In: SILVA, M.V. *Alimentação para professores da rede pública de ensino*. Piracicaba, SP: Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz-ESALQ, 2000. p.46-60
99. PHILIPPI, S.T.; LATTERZA, A.R.; CRUZ, A.T.R. Pirâmide Alimentar Adaptada: guia para a escolha dos alimentos. *Revista de Nutrição de Campinas*, Campinas, v.12, n.1, p.65-80, 1999.
100. PHILIPPI, T. S. ALVARENGA, M. *Transtornos alimentares: uma visão nutricional*. Barueri, SP: Manole, 2004.
101. PIOVESAN, A.; TEMPORINI, E. R. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. *Rev. Saú. Públ.* v. 29, n.4, p. 318-25, 1995.
102. POPKIN, B. M. Nutritional patterns and transitions. *Popul. Develop. Rev.*, v.19, p.138-57, 1993.
103. RAIS. Relação Anual de Informações Sociais. Ministério do Trabalho e Emprego. *Bases Estatísticas*, Brasília, 2003.
104. RAMOS, M.; STEIN L. Desenvolvimento do comportamento alimentar infantil - Jornal de Pediatria - Vol. 76, Supl.3, 2000. Disponível em <http://www.jped.com.br/conteudo/00-76-S229/port.pdf>. Acesso em 01-02-2009.
105. RETHINAM G. S.; ISMAIL, M. Constructs of Quality of Work Life: A Perspective of Information and Technology Professionals. *European Journal of Social Sciences - Volume 7, Número 1 (2008)* http://www.eurojournals.com/ejss_7_1_05.pdf Acesso no site em 10/02/2010
106. RICHARDSON, R. J. et al. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1997.
107. ROCHA, D. e DEUSDARÁ, B. Análise de conteúdo e análise de discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. *ALEA*, v. 7, n. 2, p. 305:322, jul./dez.2005.
108. RODRIGUES, M. V. C. *Qualidade de vida no trabalho: evolução e análise no nível gerencial*. Petrópolis: Vozes, 2002.

109. RODRIGUES, T. F. F. ; PHILIPPI, S. T. Avaliação nutricional e risco cardiovascular em executivos submetidos a check-up in Revista da Associação Médica Brasileira. v.54, n.4. São Paulo July/Aug. 2008.
110. ROMANELLI, GERALDO. O significado da alimentação na família: uma visão antropológica. *Méd.*, Ribeirão Preto, v.39, n.3, p. 333-9, jul./set. 2006.
111. ROSSI, A.; MOREIRA, A. M.; RAUEN, M. S. Determinantes do Comportamento Alimentar: Uma Revisão com Enfoque na Família. *Revista de Nutrição*. Vol.21 no.6 Campinas Nov./Dec. 2008
112. SAMPAIO, J. dos R. et al.. *Qualidade de Vida no Trabalho e Psicologia Social*. 2. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo: 2004.
113. SAMPAIO, M. E.; MASMO, P. *Educação e Cultura Empreendedora: A preparação do corpo docente de uma instituição de ensino profissionalizante no Estado de São Paulo*. In: XIX CONGRESO LATINOAMERICANO Y EL CARIBE SOBRE EL ESPRITU EMPRESARIAL. 2008. Florianópolis, SC, 23/10/2008. Disponível em: <http://www.clee2008.ufsc.br/20.pdf>. Acesso em 10/04/2009
114. SANTANA, A. de S.; MORAES, L. F. R. *O movimento da Qualidade de Vida no Trabalho: um estudo de suas origens, evolução e avanços no Brasil*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 1998.
115. SARKAR, SOUMODIP. *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora, 2009.
116. SAVIO, K. E. O. et al. Avaliação do almoço servido a participantes do programa do trabalhador. *Ver. Saúde Pub*. v.39, n.2 p.148-55, 2005. Disponível em: www.fsp.usp.br/rsp. Acesso em: 18/8/2009
117. SCHMIDT, D.R.C.; DANTAS, R. A. S. Qualidade de vida no trabalho de profissionais de enfermagem, atuantes em unidades do bloco cirúrgico, sob a ótica da satisfação. *Revista latino-americana de enfermagem*; v.14, n.1, p.54-60, jan./fev. 2006. Disponível em: www.eerp.usp.br/rlae. Acesso em: 29/02/2010.
118. SCHUMPETER, J. *Capitalismo socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
119. _____. *Teoria de desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
120. SCHWALLER M. B., SHEPHERD S. K. Use of focus group to explore employee reactions to a proposed worksite cafeteria nutrition program. *J. Nutr. Edu.* v.24, n. 1, p. 33-6, 1992.

121. SILVA, B. *Dicionário de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: FGV, 1986.
122. SILVA, M. v. Mudança dos Hábitos alimentares da população brasileira. *Aliment. Nutr.*, v.71, p.40-9, 1998.
123. SOBRAL, C. *Determinantes da autopercepção de saúde entre mulheres freqüentadoras do Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo*. Dissertação (Mestrado) - Nutrição Humana Aplicada. Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. Faculdade de Saúde Pública da USP. São Paulo, 2007.
124. SOUZA, E. C. ; DEPIERI, C. C. L. S. Cultura e atitude empreendedora: um estudo em empresas no distrito federal. *FACES R. Adm.*, Belo Horizonte, v. 6, n. 3, p. 90-100, set./dez. 2007.
125. SOUZA, E.C.L e JUNIOR, G.S.L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. *Revista eletrônica de Administração*, Porto Alegre, v. 11, n. 6, nov/dez. 2005.
126. TADDEI, JAAC ET AL. Métodos de inquéritos dietéticos. *Cad. Nutr.* v.13, n.1, p.11-23, 1997.
127. TOMEI, PATRICIA, RUSSO, G. M., ANTONACCIO, C. F. B. *Cultura empreendedora: guia pratico para seleção de empreendedores*. Rio de Janeiro: Office Book Editora, 2008.
128. TONIAL, SUELI R. Desnutrição e obesidade: faces contraditórias na miséria e na abundância. Recife: IMIP; 2001. (Série: Publicações Científicas do Instituto Materno Infantil de Pernambuco, IMIP, n.2).
129. TRIVINOS, A. S. S. *Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1987.
130. UNIT THE ECONOMIST INTELLIGENCE. Cities in Canada and Australia are most liveable in the world. *Glob. Liveabil. Rep.*, jan. 2010. Disponível em: http://www.eiu.com/site_info.asp?info_name=The_Global_Liveability_Report&page=noads&rf=0. Acesso em: 15/02/2010.
131. USORO ABEL. Attitude as a Factor for the Use of Information and Communication Technology for Global Planning. *Comp.Informa. Syst.*, University of Paisley, n.7, p.58-64, 2000. Disponível em: <http://cis.uws.ac.uk/research/journal/V7/N2/v7n2d.doc>. Acesso em 10/01/2010
132. VASCONCELOS, C; PRAIA, J. *Teorias de aprendizagem e o ensino/aprendizagem das ciências: da instrução à aprendizagem*. *Psicol. esc. educ.* vol.7 no.1 Campinas June 2003.

133. VIGITEL BRASIL. 2008: Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. Brasília: Ministério da Saúde, 2009.
134. WEBER, MAX. *Ensaio de Sociologia*. 5. ed. São Paulo: Zahar Editores S.A., 1982..
135. _____. *Textos selecionados*. Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
136. WESTPHAL, M. F; BÓGUS, C. M.; FARIA, M.M. Grupos focais: experiências precursoras em programas educativos em saúde no Brasil. *Bol Of Sanit Panam*; v. 120, n. 6, p. 472-82, 1996.
137. WLADAWALSKY-BEGER, I. Smart Cities and “Liveability”. may 11, 2009. Disponível em: <http://blog.irvingwb.com/blog/2009/05/smart-cities-and-liveability.html>. Acesso em: 15/02/2010.
138. WORLD HEALTH ORGANIZATION. Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. Report. Geneva: World Health Organization; 2003. (Technical Report Series 916). Acesso em 12/02/2010
139. WORLD HEALTH ORGANIZATION. The World Health Organization Quality Of Life (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization. *Social Science & Medicine*, [s.l.], v. 41, n. 10, p. 1403-1409, Nov. 1995.
140. WORLD HEALTH ORGANIZATION. World Health Assembly Resolution. Global strategy on diet, physical activity and health. Geneva, 2004. Disponível em: http://www.who.int/dietphysicalactivity/strategy/eb11344/strategy_english_web.pdf. Acesso em 12/02/2010

APÊNDICE

APÊNDICE 1. Questionário QVT - BPSO96

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF/FEA/FSP

Programa de Pós-graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada - PRONUT

SATISFAÇÃO EM QVT (QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO)

1- Responda francamente, mas não demore muito em um item.

2. Todas as questões devem ser assinaladas.

Assinale notas de 0 a 6 que expresse a sua **SATISFAÇÃO**, com a **sua** Qualidade de Vida no Trabalho como empreendedor:

INSATISFAÇÃO TOTAL ↓

↓ SATISFAÇÃO TOTAL

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

ASPECTOS ORGANIZACIONAIS	1	2	3	4	5	6
Imagem da empresa junto aos colaboradores ou parceiros						
Oportunidade de treinamento e desenvolvimento profissional						
Melhorias nos processos de trabalho e novas tecnologias						
Qualidade dos procedimentos administrativos (ausência de burocracia)						
Nível de comunicação interna						
ASPECTOS BIOLÓGICOS	1	2	3	4	5	6
Atendimento do convênio médico						
Oportunidade de realizar atividade física no trabalho						
Qualidade das Refeições						
Estado geral de saúde dos colegas e colaboradores						
Prevenção a doenças (Cardíaca, obesidade, diabete ect..)						
ASPECTOS PSICOLÓGICOS	1	2	3	4	5	6
Forma de avaliação do desempenho do seu trabalho						
Clima de camaradagem entre as pessoas						
Oportunidade decrescimento do negocio						
Satisfação com a renda pessoal						
Ausência de interferência na vida pessoal						
ASPECTOS SOCIAIS	1	2	3	4	5	6
Oportunidade para distração e entretenimento						
Interação com familiares						
Confiança no relacionamento com parceiros e colaboradores						
Qualidade da previdência privada						
Investimento para Qualificação - cursos externos (graduação, pós-graduação)						

APÊNDICE 2. Questionário de comportamento alimentar.UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF/FEA/FSP

Programa de Pós-graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada - PRONUT

COMPORTAMENTO ALIMENTAR

Leia cuidadosamente, responda francamente, mas não demore muito em um item.

1. Para você COMER BEM significa:

() REFEIÇÃO SABOROSA () REFEIÇÃO SAUDÁVEL () OUTRO: _

2. Se você faz as seguintes refeições, escreva o horário e os alimentos consumidos.....

Horário aproximado	Refeição	Alimentos consumidos	Menos de 15 minutos	15 a 30 minutos	Mais de 30 minutos	Não sei informar
	Café da manhã					
	Lanche da manhã					
	Almoço					
	Lanche da tarde					
	Jantar					
	Lanche da noite					

3. Você considera que come: () rápido () devagar

4. Você tem algum alimento predileto? () não () sim. Qual? _____

5. Algum alimento causa aversão? () não () sim. Qual? _____

6. Você restringe ou evita algum alimento de sua dieta rotineira? () não () sim . Qual? _____

7. Quais alimentos você considera mais saudáveis? (citar 3)

1 _____

2 _____

3 _____

8. Quais alimentos você considera menos saudáveis? (citar 3)

1 _____

2 _____

3 _____

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF/FEA/FSP
Programa de Pós-graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada - PRONUT

9. Como você costuma fazer suas refeições? Assinale até três alternativas.

- ☐ sentado à mesa ☐ lendo ☐ conversando ☐ outro
☐ em pé ☐ assistindo TV ☐ em silencio
☐ acompanhado ☐ sozinho ☐ prestando atenção no alimento

10. Você sente prazer ao comer? ☐ não ☐ sim

11. Você gosta de cozinhar? ☐ não ☐ sim

12. Costuma preparar refeição só para você? ☐ não ☐ sim

13. Você planeja um cardápio para alimentação com antecedência?

☐ não ☐ sim: ☐ por dia ☐ semanalmente ☐ mensalmente

14. Quando vai a festas, você come de maneira diferente do rotineiro? ☐ não ☐ sim

15. Você toma algum suplemento como vitaminas, mineral ou outros? ☐ não ☐ sim qual _____

16. Você acredita que alguma combinação de alimento engorda ou faz mal a saúde?

☐ não ☐ sim qual _____

17. Você acredita que fazer um dia de jejum ou dieta líquida pode emagrecer? ☐ não ☐ sim

18. Você faz suas refeições: marque (1) frequentemente (2) eventualmente (3) raramente:

	Almoço	Jantar
Em casa		
Restaurante a la carte		
fast-food		
Restaurante por quilo		

19. Você consome bastante água (media de 8 copos por dia)? ☐ não ☐ sim

20. Você está satisfeito com seus hábitos alimentares atuais? ☐ não ☐ sim

21. As lembranças relacionadas com comida de sua infância são:

☐ POSITIVAS ☐ NEGATIVAS CITE A PRINCIPAL _____

22. Você considera sua alimentação atual comparada ao período antes de ser empresário

Igual ☐ pior ☐ melhor ☐

Em que? _____

APÊNDICE 3. Questionário demográfico.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FCF/FEA/FSP
Programa de Pós-graduação Interunidades em Nutrição Humana Aplicada - PRONUT

QUESTIONÁRIO DEMOGRÁFICO

ALTURA: _____ PESO ATUAL: _____

SEXO: () FEM. () MASC.

1. Para quem deseja receber o resultado da pesquisa.

E-mail: _____ Nome: _____

2. Idade: () 18 a 25 () 25 a 35 () 35 a 45
() 45 a 55 () 55 a 60 () Acima de 60

3. Local de nascimento: Cidade: _____ Estado: _____ País: _____

4. Estado civil:

() casado () solteiro () viúvo
() separado () divorciado

5. COR: () branca () parda () Preta () amarela () indígena

6. Escolaridade:

() nenhuma () até 1º grau- fundamental () pós-graduação
() graduação () até 2º grau – ensino médio

7. Número de dependentes:

() nenhum () um () dois () três () quatro () mais de quatro

Sobre a empresa

8. Setor: () Comércio () Indústria () Serviço

9. Porte : () Micro Empresa: 0 a 9 empregados () Média Empresa: 100 a 499 empregados
() Pequena Empresa: 10 a 99 empregados () Grande Empresa: 500 e mais empregados

10. Tempo de existência: () até 18 meses () 18 a 42 meses () mais de 42 meses

11. Renda pessoal mensal:

() até R\$ 1860,00 (*) () de R\$ 3720,00 a R\$ 5580,00
() de R\$ 1860,00 a R\$ 3720,00 () de R\$ 5580,00 a R\$ 7440,00 () acima de R\$ 7440,00

APÊNDICE 4. Transcrição do Grupo Focal

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE QVT
<p>Biológica</p>	<p><i>“... Saúde do corpo e da alma...”</i></p> <p><i>“... Eu tenho um tempo agora que eu não tinha antes. Por coincidência, eu montei escritório próximo a residência e muitas vezes eu abro mão de ir de carro e vou a pé, ando 5- 6 km à pé ...”</i></p> <p><i>“... eu comecei a fazer um balanço de um tempo pra cá. Depois que eu me desliguei da empresa eu fiquei menos doente. O normal era, pelo menos uma vez por ano, ter uma amidalite forte, febre... Eu brinco com a minha esposa porque ela fala “agora você está trabalhando demais” daí eu respondo, então, “agora não sobra tempo para eu ficar doente”.</i></p> <p><i>“... eu vejo em outros empresários aqueles que já chegaram naquele patamar que nós queremos, ele transfere esse tipo de qualidade de vida ruim para o empregado dele. Eu, meio dia, eu vou pra casa almoçar com a minha esposa, com o meu filho, mas o empregado está trabalhando...”</i></p> <p><i>“..., de uma maneira geral eu consegui abrir meu espaço e respeito meu horário de almoço e meu horário de trabalho. Lógico que tem dias que a gente fica um pouco mais, mas eu consigo trabalhar das 8h às 18h.</i></p> <p><i>“...Então eu não sei cozinhar, aí hoje, eu estou pensando um pouco na minha vida, porque o corpo começa a resmungar; porque eu já não tenho metabolismo de vinte anos, então não dá pra ficar comendo as mesmas bobagens, agora eu estou começando a ir à academia</i></p> <p><i>“... é saúde física e mental. Acho que é isso, resumindo.”</i></p>
CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE QVT
<p>Psicológica</p>	<p><i>“Acho que quando você tem a sua empresa, que está se adequando a realidade, até mesmo de noite, você deixa sempre um bloquinho do lado da cama para anotar uma idéia que aparece. E você vicia, então se você não se policiar, na sexta feira, final de expediente, você continua trabalhando sábado, domingo e feriado.”</i></p> <p><i>“Acho que a pior coisa que tem, eu já passei por isso, é você estar fazendo uma atividade que você não quer fazer, mas você está fazendo porque tira o seu sustento dali. Isso é horrível! Você tem potencial para ir além e naquela atividade, não consegue ir além.”</i></p> <p><i>“Na nossa atividade, é muito difícil você colocar esse divisor... Por exemplo, agora eu vou dormir, mas se tenho uma idéia, eu sou capaz de levantar e fazer um e-mail.”</i></p> <p><i>“Eu acho que é você criar um espaço para si próprio.”</i></p> <p><i>“... Eu acho que qualidade de vida é segurança, é comida, é, por exemplo, hoje eu tenho uma qualidade de vida melhor do que quando eu era empregado. Apesar de trabalhar mais, tenho mais flexibilidade.”</i></p> <p><i>“Acho que qualidade de vida é conseguir falar: “agora parou!”. Esse “conseguir parar” que é um medidor de qualidade de vida pra mim.”</i></p> <p><i>O que é difícil pra gente colocar em prática é buscar a felicidade dentro daquela condição, porque a felicidade tem de estar dentro da pessoa, dentro daquela rotina da pessoa, porque se ela não é feliz, não encontra felicidade daquela forma, quando ela tiver dinheiro ela também não vai encontrar. Isso eu tenho falado muito isso...</i></p> <p><i>“... Eu só acho que tem que por um pouco na balança, porque até quando você agüenta nesse ritmo? Às vezes você está lá, perto de atingir o seu sucesso profissional, mas não tem estrutura psíquica para alimentar ou sustentar tudo isso. Acho que tem que tentar pelo menos balancear um pouco. Não que você vá priorizar sua vida pessoal, mas você tem que dar certa atenção a tudo isso, porque nós somos humanos, chega uma hora que...”</i></p> <p><i>“... Quando o clima é gostoso, ... Automaticamente tudo flui.</i></p> <p><i>“...Um bom relacionamento eu acho muito importante, mesmo por conta do próprio rendimento da empresa. Colaboradores que sentem bem em trabalhar com você ou os que vão só por obrigação. Eu já tive esses dois extremos na minha empresa e realmente, o relacionamento é fantástico nos resultados.</i></p> <p><i>“... a gente particularmente valoriza muito é estar com pessoas muito boas que te pressionam a crescer e se superar. Felizmente nós entramos num círculo virtuoso que eu considero muito importante. Um dos sócios foi considerado o melhor aluno do ITA no ano dele. O nosso estagiário o melhor “zero um” como eles chamam, do ITA, do próximo ano. Estar trabalhando com gente muito boa nos obriga, quando dá aquela preguiça de estudar, de ir além, de correr um pouco mais...”</i></p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE QVT
Organizacionais	<p>“... Infelizmente, para eles, qualidade de vida é ter um vídeo game,... vai ter vídeo game! Fazer o quê? O que está mais complicado, o modelo estrangeiro do Google para cá, é essa preocupação com alimentos não calóricos.”</p> <p>“... Quando eu passei a ter o meu negócio, a qualidade de vida pra mim melhorou, até porque tem essas possibilidades de você realmente ter uma flexibilidade maior...”</p> <p>“... Eu melhorei muito a minha qualidade de vida como empreendedor, é óbvio que você tem essas preocupações, é óbvio que você tem uma preocupação maior, mas quando se faz o que se gosta você consegue superar essas coisas.”</p> <p>“... Todos aqui são empreendedores, estão na incubadora, acho que muitos estão aqui pelo que gosta, pela vontade de fazer, todos aprendem a ter planejamento, ter metas, isto também contribui para a qualidade de vida. Eu quando era funcionária, trabalhava e chegava em casa nove e meia da noite. Hoje eu posso flexibilizar o meu horário, muitas vezes eu vou trabalhar até duas da manhã, mas estou tranquila, porque estou fazendo o que gosto.”</p> <p>“... Então hoje sou diferente, eu não trabalho por tempo, eu trabalho por resultado. Eu tenho um funcionário que não veio a semana passada inteira, estava em semana de prova, estava com dificuldade, então eu falei que não precisava vir.”</p> <p>“... Você tem que deixar claro o que tem que ser atingido e quando tem que ser atingido. E aí você vai monitorando, se a coisa não está andando, você vai vendo se é esta pessoa ou então uma falta de estímulo. Tem duas pessoas que trabalham comigo, são químicos, os dois tem a mesma formação, mas são perfis diferentes, um é mais científico e o outro mais para execução. Então hoje eu já sei o que eu posso pedir para um e isso para aquele.”</p> <p>“Sabe como eu consegui fazer isso com o pessoal que trabalha comigo? Eu dou prêmio. Eu trabalho com internet, com site, antigamente para fazer um CSS, que é transformar aquela imagem que o cliente aprova para computador, levava uma semana. Um dia eu desafiei a pessoa há levar quatro dias úteis. Hoje em dia, leva menos de um dia útil.”</p> <p>“Quando você tem uma empresa pequena, como é o nosso caso, você acaba tendo um acúmulo de funções. Se precisar limpar, passar um fax..., você faz tudo. Você acaba sendo um coringa da empresa. Agora, para criar um pouco de qualidade de vida, eu acho que o melhor é não ter internet, não ter telefone e não ter televisão em casa.”</p> <p>“... no meu consciente penso “é qualidade física e mental”, mas, de maneira nenhuma, eu deixaria de ir em uma reunião para almoçar; ou seja, a minha carreira profissional é a minha prioridade mor em detrimento de qualquer coisa da qualidade da minha vida”.</p> <p>“Nós temos mais biólogos para desenvolver a parte de produto. Então nós conseguimos respirar um pouco para poder visualizar essa parte de qualidade de vida, que é se alimentar melhor... Nós temos horário comercial na empresa, mas acabamos ficando um pouco mais, estamos nos adequando conforme ao próprio mercado vai exigindo da gente”.</p> <p>“... Eu já consegui ter colaboradores aqui que conseguiam trabalhar muito pouco em quantidades de horas e que conseguiam produzir muito. Eram pessoas muito focadas, muito objetivas. E é isso que a gente se preocupa... Eu sou contra a remuneração por hora, que é mais fácil, em detrimento da remuneração por resultado, mas o objetivo nosso é a entrega. Se ele fez na metade do tempo que eu tinha estimado, ótimo.”</p> <p>“... E quanto mais rápido, mais alta a produtividade, melhor para mim. Eu costumo premiar, como uma atividade extra.”</p> <p>“... Para conseguirmos recrutar os melhores, com propostas financeiramente maiores, caso de ir para o exterior, morar fora, a gente precisa ter um ambiente com qualidade de vida</p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE QVT
Social	<p><i>“O que importa é que eu não vou conseguir me divertir sabendo que tenho alguma coisa do trabalho para fazer, assim como eu não vou conseguir trabalhar se estiver preocupado com a minha família. Você tem uma coluna vertebral, você pega aquela coluna e “sai e volta”. Tem um caminho, mas tem que sair e voltar constantemente.”</i></p> <p><i>“... todos são apaixonados pelo que fazem, então, temos que definir regras que são um pouco difíceis de seguir. Eu tenho certo prazo, tenho 27 anos e só me sujeitarei a fazer isso até os 30. Esse é um prazo definido pra mim. E segundo é o impacto nas minhas relações familiares; hoje eu já não consigo frequentar nenhuma festa familiar mais.”</i></p> <p><i>“... A felicidade, como você falou, é fundamental, aí tem dois tipos, se você conseguir ser feliz fazendo seu desafio, você tem que ter uma estrutura familiar, porque você estar sozinho, sendo massacrado por trás, é complicado. Com a dificuldade, mas tendo uma estrutura familiar boa, você acaba conseguindo ir pra frente”</i></p> <p><i>“... é muito melhor você dar valor à sua família, amigos, do que bens materiais. Acho que foi na internet que vi, uma pessoa definindo status como “uma coisa que você não precisa, que você compra com o dinheiro que você não tem e pra mostrar pra alguém que não gosta”. E muitas pessoas passam a vida inteira atrás desses valores que não agregam nada.”</i></p> <p><i>“... eu acho que quando você consegue montar uma equipe que toma decisões como você toma, eu acho que você atinge o ápice em matéria de realização.”</i></p> <p><i>“... eu tenho um funcionário que o negócio dele é trabalhar com pesquisa e desenvolvimento. Nós pegamos uma consultoria com outro incubado, não fazia a mínima idéia de como fazer o negócio, cheguei pra ele e perguntei “dá pra fazer assim? Ele disse, “olha, talvez...” “então se vira!” Eu joguei aquele desafio, a pessoa se transformou, ele levava para casa, que ele tem um mini laboratório na casa dele, ele levava, chagava de final de semana “compra tal componente que eu preciso levar” Ele não via a hora de ver aquilo pronto, então, isso começa a fazer a pessoa se sentir feliz, se sentir melhor.”</i></p> <p><i>“...Qualidade de vida? Ótimo. Ter dinheiro no banco para poder viajar no final de semana, para ir comer num bom restaurante, isso é o que a gente, infelizmente, tem priorizado, pelo menos é o que eu vejo na minha casa e com as pessoas que estão próximas de mim.”</i></p> <p><i>“...Domingo passado, por exemplo, eu trouxe a família toda. “Vamos fazer piquenique na incubadora”, foi maravilhoso para os moleques. Quando chegamos em casa eles perguntaram “pai, quando nós vamos fazer aquilo de novo?”</i></p> <p><i>“Eu acho que você ter qualidade de vida é você fazer alguma coisa diferente da sua rotina e que te dê prazer. Eu, por exemplo, acho que é poder trabalhar, dentro de certo limite, ter folga para depois fazer algo diferente: ir ao teatro, ao cinema, andar de bicicleta...”</i></p> <p><i>“... Hoje eu sinto que eu tenho qualidade de vida. Trabalhei vinte anos na Embraer, como funcionário, horário de entrada, horário de saída, mas também chegava fim de semana, não tinha mais nada pra fazer, estava tranquilo... A grande diferença que eu sinto agora são 24 horas, não tem sábado, domingo ou feriado. Mas também eu posso chegar aqui às 9h e trabalhar até as nove dez horas da noite. Fim de semana eu viajo...”</i></p> <p><i>“Hoje, eu mais calma, saindo cada dia um horário, dependendo do momento, mas tendo tempo para curtir, viajar, os resultados são maiores. A equipe cresce, as pessoas crescem, e a gente ganha mais em termos financeiros e de realizações.”</i></p> <p><i>“... sempre tem alguém à meia noite, uma hora, trabalhando. Então, a qualidade de vida, dos relacionamentos com o mundo externo acaba sendo prejudicada. Acho que horários pré-definidos permitem que nós todos tenhamos a possibilidade de frequentar uma academia, sair com os amigos, namorar..., sem problemas.</i></p> <p><i>“... depois que eu saí dessa multinacional e parti para o negócio próprio, eu acho que a minha qualidade de vida melhorou. A minha mulher acha que não. No conceito dela, ela não tinha que esquentar a cabeça com plano médico, se vai poder ir para algum lugar de fim de semana porque eu vou estar aqui.”</i></p> <p><i>“...essa parte de qualidade de vida está bem mais presente do que era há dois, três anos, com certeza.”</i></p> <p><i>“...eu tenho conversado muito com o meu irmão, ele trabalha como empregado e vive reclamando “pôxa, a qualidade de vida dentro da empresa piorou demais, estou extremamente infeliz”.</i></p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE QVT
Opinião pessoal	<p>“... Eu acho que no fundo, quando eu converso com o pessoal, se pudesse escolher uma palavra, pra resumir o sentimento de tudo, aquilo que leva a pessoa pra frente, eu acho que essa palavra é liberdade. Nós precisamos de liberdade em vários níveis, quando a gente fala de segurança, quando fala de alimentação, quando fala de respeito, quando a gente fala de propósito, é evidente que quando o cara é empreendedor”</p> <p>“Pra mim, qualidade de vida eu resumo como “você fazer o que gosta e com vontade”.</p> <p>“... Você tem os seus prazos a cumprir, tem suas tarefas, os trabalhos para entregar para o seu cliente, mas você vai cumprir aquilo dentro do seu horário. Se você trabalha bem da meia noite às seis da manhã...”</p> <p>“Pra mim qualidade de vida, na verdade, é você fazer o que gosta. Fazer com vontade, sem ser obrigado a fazer. Se eu tiver que trabalhar, mas tiver com vontade, não tem problema algum.”</p> <p>“... é a gente estar bem com a gente mesmo em todos os sentidos: físico, emocional, espiritual,... Quando você consegue estar bem em todos esses sentidos, você está completo, com qualidade de vida.”</p> <p>“... é que quando você faz o que gosta, mesmo não tendo dinheiro, mesmo trabalhando mais...</p> <p>“... com o tempo, a gente aprende a buscar mais realização e dedicação dividindo o tempo, isso só o tempo ensina. Realmente no começo eu não tinha essa noção. Eu trabalhei na Embraer, saí em 1976, então, eu sou dona de negócio próprio desde 76. Faz trinta e três anos que eu trabalho por conta, no começo a gente leva essa vida atabalhoada, não faz muito sentido, quer ficar rica de repente, e com o tempo a gente aprende que não é por aí.”</p> <p>“... é um trabalho muito intenso, mas você tem essas opções. Como geralmente é o que você gosta, tem interesse que vá para frente e cresça, acaba não sendo tão maçante ...você trabalha muito mais contente.”</p> <p>“A gente tem uma flexibilidade de tempo bastante grande, o que hoje eu já começo a reavaliar porque eu penso que a flexibilidade de horário parece com aquela academia que você pode malhar qualquer horário e que você deixa para ir no último momento. Então, o horário bem definido, é algo bacana para você chegar, trabalhar, sair e pensar: eu estou fazendo a minha parte.”</p> <p>“...Eu acho que o tempo é um fator importante porque ele é o denominador da divisão. O que você produziu versus o tempo que você dedicou para aquilo. Então se você está produzindo bastante, só que para aquilo você tem que dedicar doze, treze horas diárias, você tem uma produtividade muito baixa. No nosso caso, a gente não está preocupada com o tempo, mas com a questão da produtividade.”</p> <p>“... pragmaticamente hoje eu estou orientado para resultados profissionais e eu penso que com isso eu estou tendo prejuízos na minha saúde e que isso não pode se prolongar por mais de cinco anos. Infelizmente é uma visão não sei quão errada mas, penso que para conseguir atingir objetivos bastante ambiciosos você tem que perder algumas coisas com relação a sua qualidade de vida. Acho que isso é normal para um empresário, para um empreendedor, para o atleta de alto nível...”</p> <p>“Sabe o que eu descobri? Que quando a gente está bem com a gente, consegue mais resultados. Mesmo na época que eu estava aqui dentro na incubadora, a gente às vezes trabalhava sábado, domingo, eu fiquei três anos aqui dentro... Era uma vida muito doida mesmo.”</p> <p>“... A melhor decisão que se toma para qualquer segmento, para qualquer coisa na vida, não é a decisão racional é a decisão do coração. Quando o coração decide por você, nunca está errado. Porque aí entra nesse campo de você gostar ou não, de estar empenhado em fazer, você pode trabalhar três dias diretos naquilo lá, com amor, com o coração que eu tenho certeza que você não vai se sentir cansado, você não vai se sentir limitado, até em um campo de conhecimento que você não conhece, você vai conseguir superar.”</p> <p>“... Para nós, a qualidade de vida está mais relacionada ao aspecto tempo, do que à alimentação. A parte de alimentação continua como era, às vezes almoça aqui ou em outro lugar. Mas acho que o fator que diferencia a todos os funcionários é você ser o dono do seu tempo. Para mim é um diferencial de qualidade de vida.</p> <p>“Eu admiro as pessoas que mesmo não tendo obrigação de cumprir horário, chegam as oito e saem às cinco.”</p> <p>Mas acho que o fator que diferencia a todos os funcionários é você ser o dono do seu tempo. Para mim é um diferencial de qualidade de vida.</p> <p>Qualidade de vida? Ótimo. Ter dinheiro no banco para poder viajar no final de semana, para ir comer num bom restaurante, isso é o que a gente, infelizmente, tem priorizado, pelo menos é o que eu vejo na minha casa e com as pessoas que estão próximas de mim.</p> <p>“O que é importante é planejar o tempo, ou seja, por exemplo, os domingos eu separo para mim. Acordo cedo e assisto Pequenas Empresas Grandes Negócios, corrida de carros... Ou se eu quero acordar tarde, também acordo... Agora, de segunda à sexta é trabalho e estudo. Sábado eu trabalho pela manhã e à tarde eu faço o que não deu tempo durante a semana. Mas de sábado à noite eu não trabalho.”</p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE COMPORTAMENTO ALIMENTAR
Crenças alimentares	<p>“... não quero entrar no mérito do produto se tem agrotóxico ou não, mas sim, com quem você está comendo, se está todo mundo reunido, eu acho que isso acaba pesando muito mais...”</p> <p>“...E uma boa parte da socialização está no preparo, não é nem ali na hora de comer. É na hora que está chegando a carne do churrasco, no tempero, ali é como se fosse uma cola social. Até mesmo o “layout”, antigamente, em todas as casas a mesa era na cozinha...”</p> <p>“... eu não sei cozinhar, aí hoje, eu estou pensando um pouco na minha vida, porque o corpo começa a resmungar, porque eu já não tenho metabolismo de vinte anos, então não dá pra ficar comendo as mesmas bobagens, agora eu estou começando a ir à academia”</p> <p>“E hoje, você vai à feira e você não consegue encontrar uma fruta saborosa. Você consegue comprar uma manga sem gosto, sem cheiro. O que faz com que, talvez, a gente inclua esse problema que você falou sobre as crianças não sentirem prazer em comer, culpa da gente porque a gente não oferece também, oferece de vez em quando.”</p> <p>“... o fast food, a propaganda é imensa. Anda por aqui, você vê a propaganda do Mc Donalds, as crianças de hoje nem tem nem acesso às comidas naturais. A não ser que a pessoa está com trinta, quarenta anos que firma na academia e vai comprar os alimentos naturais</p> <p>“...Tem duas coisas que eu achava que são extremamente importantes: a primeira quem disse foi o Ney Matogrosso, numa entrevista, o cara perguntou: “como é que você faz para ficar em forma?” aí ele falou, “é simples, eu saio da mesa antes de ficar satisfeito”. Vai fazer isso pra ver como é difícil. Segunda: “se tem várias qualidades de alimento na mesa, eu como um só e basta”, que é outra coisa muito difícil. Então eu cheguei à conclusão que você pode comer qualquer coisa, desde que você controle.”</p> <p>“Se a gente for ver, tem sempre aquelas imagens que mostram em televisão das frutas, verduras, legumes... Mas eu tenho impressão que dentro da casa de muitos brasileiros, muitos têm preguiça de cozinhar.</p> <p>“normalmente, o que é gostoso não é saudável. É inversamente proporcional. Tem uma propaganda, ótima, que mostra bem isso, que é um menininho brigando com a mãe, chorando, porque quer comer chicória... ...a gente não come coisa saudável porque é gostosa, come porque é saudável.”</p> <p>“Esse negócio de alimentação balanceada é para animal! (risos) Eu como carne gorda mesmo, adoro carne sangrando, como manda o figurino. Se for para eu morrer eu morro feliz. Eu como de tudo, não me privo de nada, eu me farto. Eu não me privo de nada. Minha mulher faz doces maravilhosos, como de tudo.”</p> <p>“... É 100% trabalho de computador, o principal problema com a equipe é a insatisfação estética. O pessoal começa a engordar, engordar... e mesmo homem, o pessoal é bem vaidoso, então acaba achando muito ruim.”</p> <p>“...E nós temos uma comparação com outras empresas de tecnologia que tem aquela geladeira carregada e que você pode pegar coisa toda hora. Isso foi trazido pelo Google, pela localweb e na prática, o que a gente via? Que este excesso de alimentos não era visto como benefício.”</p> <p>“...quando uma empresa grande, multinacional, farmacêutica que mudou o VR para a melhor linha da ACCOR e foi uma insatisfação geral, todas as mulheres ficaram gordas e elas preferiam a comida ruim antes porque elas comiam menos.”</p> <p>“.. A única mudança alimentar que funcionou lá em casa foi quando uma nutricionista, contratada para mudar o hábito alimentar da família inteira. Desde a minha mãe de criação, que trabalha lá, minha mãe, meu pai, meu irmão e pesava todo mundo, toda semana. Dieta de todo mundo. Funcionou. Penso em viabilizar isto na empresa, está um momento crítico, está todo mundo com quase cinco quilos de sobrepeso, então queremos investir em uma mudança nesse sentido para as pessoas se sentirem melhor.</p> <p>“...Eu não sei ficar na cozinha fazendo a minha comida, a minha filha Marcela também não, então ela provavelmente vai ser adepta ao fast food.”</p> <p>“Dentro da cultura da minha família, eu me considero muito feliz porque temos tido o hábito de alimentos muito naturais, feitos em casa e, por sorte, eu sou casado com uma pessoa que tem uma mãe maravilhosa, que tem esse conceito de vida também.”</p> <p>“... a nossa geração viveu bem isso, a mulher quando saiu da posição dela da família que depois de alguns anos ela começou a ver como um trabalho escravo, e realmente é um trabalho pesado, então esse deslocamento da mulher influenciou muito o aspecto da família. Não tem aquele elemento que traz as pessoas, junta a turma, que dá o motivo pra gente voltar pra casa.”</p> <p>“... Eu acho que com o passar dos anos, a própria forma de você hoje ganhar a vida, fez com que as mulheres também passassem a trabalhar e algumas até não gostavam mesmo da cozinha... Mas tem muitas que gostam, mas hoje não tem tempo para ficar lá, tem que trabalhar para ajudar no sustento do lar.”</p> <p>“... Tem um aspecto muito interessante, a função da mulher dentro da família. Porque a mãe, o pai, existe pela família. É uma função, se você for olhar pelo lado profissional, da mulher, esposa, mãe, dentro de casa, é uma das profissões mais eficientes que se conhece. Nunca falta nada, está tudo funcionando, imagina só, nós perdemos uma função dentro da sociedade, extremamente importante, e hoje ninguém faz.”</p> <p>“... Eu não sei fazer um arroz, minha mãe nunca me ensinou, minha mãe educou a gente, eu e a minha irmã para trabalhar; ela dizia, vocês não vão ficar na cozinha. “Eu não quero filha minha casando cedo”.</p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE COMPORTAMENTO ALIMENTAR
Memória Afetiva	<p><i>“minha infância eu tenho referência só de comida, porque a minha avó, é aquela cozinheira de mão cheia..., lembro aquelas tardes minha mãe cozinhando... A minha mãe já teve restaurante então ela adora cozinhar...”</i></p> <p><i>“Eu sou de uma geração que teve oportunidade de comer comida de forno e fogão à lenha, que era tudo incorporado, “cheiros” são muito marcantes, horários..., tinha o horário do café da manhã, almoço, café da tarde, jantar...”</i></p> <p><i>“Não tinha televisão junto com comida, não é... Minha mãe nunca deixou comer na frente da TV, “horário de comer é na mesa”, família toda reunida, conversando, até hoje a gente faz isso.”</i></p> <p><i>“... não existiam tantos produtos industrializados. A minha avó, por exemplo, cozinhava com banha, fritava e usava banha com muita frequência.</i></p> <p><i>“O meu pai, chegava em casa, ele queria uma mesa farta, verdura, carne, laranja, sobremesa..., e a gente aprendeu a comer tudo isso. E mesmo que a gente não quisesse tinha que comer; “se não comer não vai crescer!”.</i></p> <p><i>“Tudo, tudo, na minha família está relacionado à comida, é muito forte para mim... De sentir um cheiro e lembrar determinada época ou alguma festa de família..., é absurdamente bom”</i></p> <p><i>“... na minha infância eu comia muita fruta no pé, a gente sabia achar. Eu cresci aqui na região de vinhedo, e era um grande descampado, tinha um campo que a gente jogava futebol e a gente aprendia a identificar algumas frutas no mato e comer aquelas frutas. Amora, goiaba, juá, que é uma frutinha sem graça..., a goiaba era muito disputada, quando tinha um pé de goiaba, todo mundo sabia e era difícil achar uma goiaba lá, cana, a gente tinha loucura em pegar cana e chupar a cana então essa é uma lembrança que quando alguém toca no assunto a gente lembra...”</i></p> <p><i>“... Você ia buscar água na bica para tomar, você enchia a garrafa de água e levava para casa. Hoje não, você usa aquele filtro Brastemp ou compra aquele galão, mesmo contaminada, mas você compra, então hoje ficou muito mais caro se alimentar e aí cria uma roda que você tem que trabalhar para sustentar essa coisa econômica.”</i></p> <p><i>“Eu me lembro que no passado, na minha infância, tinha um terreno baldio ao lado, meus avós plantavam milho, aí quando chegava a colheita, fazia bolo, pamonha e a gente até costurava, usava aquela máquina de costura, era gostoso demais...”</i></p> <p><i>“...Meu pai era carteiro na cidade também, então 11h30 apitava a fábrica meu pai saía para almoçar, ele ia para o almoço todo dia, e eu ia buscar pão, que lá não era padaria, era empório, que ele come com pão até hoje. Então você tinha todo dia a família reunida no mesmo horário. Única coisa que eu consegui trazer pra minha família é que a gente tem lá em casa o costume de antes de dormir comer alguma coisa, uma bolacha, um pão, e com isso a gente troca muita idéia.”</i></p> <p><i>“... O fato de todo mundo sentar em volta da mesa, era hora de todo mundo sentar e conversar...”</i></p> <p><i>“... as minhas lembranças da infância e da adolescência foram extremamente relacionadas à parte alimentar. Uma coisa que me marca muito, é que na escola tinha merenda, mesmo nas férias fazia questão de ir lá porque iam as crianças e a gente ficava brincando lá. Você chegava de manhã tinha um belo café, uma fruta”</i></p> <p><i>“Na minha casa reunião é na cozinha. Sofá e sala são ignorados, tudo quanto é reunião é na cozinha”</i></p> <p><i>“Na minha vida, eu sempre tive influência da minha família. Eu fui criado de manhã com café com leite e pão, dentre outras coisas, mas era basicamente isso. Às vezes era o leite e o pão, jogava lá em um prato com leite, açúcar e canela, chamava de pochá.”</i></p> <p><i>“... Bom, eu sou de família mineira, muita comida, muita carne pesada, pernil no meio do pão...”</i></p> <p><i>“A família do meu pai gostava muito de comer massa, descendentes de italiano. E a família da minha mãe o que era sagrado era o café da tarde, com bolo, rosca; inclusive hoje a minha mãe ainda faz pão toda tarde, só que não dá pra gente viver nisso... Ainda sinto aquele cheiro do pão passando a manteiga... Muito gostoso.”</i></p> <p><i>“Eu sou boliviana, minha mãe nunca gostou de cozinhar, aprendeu a cozinhar com o meu pai. Mas tudo que ela fazia era uma bênção, tenho saudades...”</i></p> <p><i>“...na minha infância, adolescência, a comida era muito feita em casa e hoje nunca dá tempo, é tudo industrializado, pré-pronto, congelado, restaurante... Acho que a principal diferença é essa.</i></p> <p><i>“Lá em casa tinha uma diferença, eu sou goiano, a principal questão é que a gente tinha pessoas, uma logística para preparar a refeição. Café da manhã, a gente acordava já estava pronto. Almoço era religiosamente ao meio dia e era modificado a cada dia. E o jantar era também no mesmo horário sempre.</i></p> <p><i>“E quando eu era moleque, jogava bola, sempre tinha uma árvore com fruta; qualquer tipo. Nunca ficava sem uma fruta no quintal, então a gente sempre comia alguma coisa, eu gostava muito do pé de amora.</i></p> <p><i>“A parte da infância eu vivia na casa da minha avó, sempre esse costume do mesmo horário, café da manhã, jantar, e aí quando chega na parte da adolescência, você começa a criar um pouco mais de independência e aí é fast food. Inclusive eu passei por um período de ganho de peso por conta disso.”</i></p> <p><i>“um dia desses estava até pensando, vou comprar uma cafeteira porque eu sempre achei mais importante o cheiro do café do que o próprio café. O cheiro é que te levava àquele momento de parada para você tomar o café, pra você fazer outra coisa, sair daquilo que você estava fazendo.”</i></p> <p><i>“...O que eu tive: comidas variadas, gostosas na mesa, minhas filhas não tem.”</i></p> <p><i>“eu tenho trinta anos, quando eu era criança, a minha avó fazia a massa do macarrão, até hoje, não existe molho industrializado, nada disso, é tudo em casa, minha mãe faz um pouco. Aí eu penso assim, nessa época de criança, as pessoas tinham mais tempo de ficar cozinhando, e agora já tem mudado, hoje a gente não tem mais tempo, eu vejo que ninguém tem mais tempo, paciência, de ficar fazendo essas coisas.”</i></p>

CATEGORIAS	FRASES CHAVES SOBRE COMPORTAMENTO ALIMENTAR
Práticas alimentares	<p>“... eu estou tentando mudar, a partir de agora, não é fácil. Tem até iogurte hoje no café da manhã...”</p> <p>“... Quando eu cheguei aos Estados Unidos, eu tive esse choque. Eles fazem uma química pra ver o que nosso corpo aceita melhor, eles tinham um frango, que eles fazem não sei como, você começava a comer aquilo e não parava mais... E aquilo é química pura.</p> <p>“... eu tive que mudar toda a parte de hábito alimentar, hoje eu como bem melhor, não como fritura, eu evito um monte de coisa que com o tempo, a gente vai aprendendo que não é bom para o organismo. Mas eu tive que passar por todo esse “sofrimento”, por toda essa fase de transição.”</p> <p>“... uma medida que a gente tem lá em casa como proteção é geladeira vazia! Geladeira se tornou inimigo público...”</p> <p>“... há dois anos, quando eu conheci uma garota que tinha ido a uma naturóloga, nem sabia que o termo existia, ela falou para eu ir também. Eu fui e essa naturóloga me deu uma receita padrão para eu começar a utilizar. Eu estava oito quilos mais gordo, só na região da cintura”</p> <p>“O que antes eu aprendi como se fosse “sustância”, eu coloco como complemento hoje.”</p> <p>E eu não janto mais. Só quando estou indo num jantar de negócios, ou no final de semana, quando eu vou numa churrascaria, que eu vou também. Mas em dia de semana é raríssimo, no máximo o que eu como é uma sopa. Eu sei que com isso, eu emagreci seis quilos.”</p> <p>“no dia dia, eu tenho uma alimentação bem mais saudável. A minha esposa prefere salada, legumes... Agora eu realmente não aprecio é uma picanha”</p> <p>“eu como picanha, gosto muito, mas eu tiro a gordura. Agora, tem pessoas que me falam que eu estou tirando o mais gostoso...”</p> <p>“... fui estudar em São Paulo, morar sozinho, aí acabou, depois 100% da minha alimentação é só em restaurante. A minha geladeira só tem água e gelo.</p> <p>“... Na minha empresa é uma preocupação nossa, e o que estamos tentando fazer nossa geladeira um stand de café da manhã, porque hoje nós não comemos frutas, verduras, leite... Como todo mundo mora sozinho, ninguém consegue manter porque estraga muito rápido. Se você compartilha isso, é melhor.”</p> <p>“No meu caso como muito intercalado, entre o café e o almoço, e entre o almoço e o jantar. Aprendi isso depois que eu fiz uma dieta que tinha que comer de três em três horas.”</p> <p>“O maior problema eu acho que é uma alimentação baseada em produtos mais naturais. Em casa você vai ao supermercado uma vez a cada quinze dias, enche o carrinho com lasanha da Sadia, e agora, frutas, para eu comprar, eu teria que me deslocar ao supermercado duas, três vezes, no mínimo uma vez por semana.</p> <p>“Eu não consigo adquirir esse hábito de comprar frutas. A gente vai tentar ver isso para e a empresa, porque muitos são como eu, moram sozinhos e não gostam de ir ao supermercado.”</p> <p>“Essa parte de comer de três em três horas eu acho super importante. O tempo é que atrapalha de fazer isso. Eu comecei a buscar coisas mais práticas, barra de cereal, pão integral, coisas mais rápidas...”</p> <p>“...No almoço a gente come nesses restaurantes que a gente chama de “cincão” ...Hoje a maior parte só almoça e janta, geralmente depois das nove da noite e é nosso maior problema.”</p> <p>“... eu falei que a minha mãe não sabe cozinhar, eu não sei nem fritar ovo. Então, eu como todo dia comida por quilo. Trezentas gramas é o que eu almoço, de manhã um café da manhã, de noite, um chá, um leite com açúcar mascavo e pronto.”</p> <p>“Eu sou do tipo que sempre gostou de comer bem; me dou esse direito só no fim de semana que eu tiro um soninho depois do almoço. Dia de semana, durante o trabalho eu procuro comer um pouco menos, normal: um arroz, feijão, uma carne, verdura, uma saladinha bem pouco porque eu não gosto.”</p> <p>“... quando a gente começou aqui na empresa, era “paulera”, almoçava em quinze minutos, revezava, porque nós somos dois sócios (para ter gente na empresa), mas chega uma hora que o próprio organismo não aguenta mais. Apesar de a gente comer bastante pólen, que dá uma energia boa, chega uma hora que o organismo começa a reclamar.”</p> <p>“No almoço eu tenho um padrão, que como a gente é empresário, não consegue seguir tudo direitinho todos os dias, a não ser que você seja um empresário que fica no escritório, aí você tem uma geladeirinha, um frigobar que você pode ter suas coisas.</p> <p>“... chega uma hora que você começa a achar mais fácil ir no quilo, pegar a fila, sentar, comer, pagar e ir embora. Então você perde ali...”</p> <p>“... são comidas que não dão prazer..., a gente come em fast food, às vezes em casa não tem paciência de fazer comida e a comida não cheira, não te chama... Então você acaba perdendo o hábito.”</p> <p>“Por mim, eu comeria um belo churrasco, torresmo, um belo lombo de porco, pizza..., eu comeria todo dia se eu pudesse. O problema é que em casa quem controla é a minha esposa. Ela tem uma alimentação mais saudável, mas é uma alimentação que não me dá muito prazer de comer.”</p> <p>“... Na minha infância, até quatorze anos, a minha mãe era do lar, então a gente almoçava junto, mas quando ela começou a trabalhar com o meu pai aí acabou. E aí também cada um chega em um horário... Aí cada um se vira.”</p> <p>“Eu tenho um filho que por causa da dieta está com triglicérides alto, com treze anos. Por quê? Porque ele não tem o hábito de comer o que eu como. O negócio dele é massa, pão, então eu acho muito importante isto. E eu não soube passar isto para eles, e me arrependo. O meu pai me obrigava, era uma ditadura, mas eu aprendi a gostar de tudo.”</p>

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO - HABITABILIDADE

O local onde reside e onde esta instalada a empresa é o fator mais importante. Leva-se em conta a disponibilidade de infra-estrutura pública e privada da cidade; a saúde econômica; segurança; recursos ambientais, culturais e educacionais; cordialidade das pessoas. Um ambiente com conforto e programas destinados a reunir e conectar as empresas e os trabalhadores qualificados (Mercer's Quality of Living Survey) - Economist Intelligence Unit (EIU)

"... Eu acho que o nosso país de uma forma geral não tem um aspecto administrativo que se preocupe com a qualidade de vida. Tem um aspecto que eu acho interessante, construíram uma ponte lindíssima lá na marginal pinheiros, E não tinha um só lugar para as pessoas. De cima da ponte você não tem uma visão legal que dá pra você tirar uma idéia. Poxa, os caras fizeram isso sem colocar um mirante, sem pensar em colocar um restaurante lá em cima... Não existe essa preocupação com qualidade de vida."

"...A gente não consegue ter esse padrão, um padrão ao menos digno para se viver bem. Problemas de miséria, de violência, você não tem onde se refugiar. Eu fico me perguntando se tem pra onde eu fugir?"

"...eu acho a qualidade de vida péssima, não digo em São Paulo, no Brasil todo, o brasileiro praticamente não tem qualidade de vida. Não essa de você poder andar tranquilamente, de poder dormir tranquilamente, de chegar do trabalho, abrir o cadeado tranquilamente sem ficar com medo que alguém vai te assaltar..."

"...como os americanos fazem, eu não sei se alguém teve oportunidade de viajar para lá... É incrível como os caras conseguem fazer as cidades funcionar, você vai para um bairro, a calçada tem passo, eles pensaram no problema das chuvas, é um pedacinho concretado e no meio é grama, lá é tudo arborizado, eu falo, isso que é vida..."

"... Os países que conseguiram funcionar para a qualidade de vida coletiva, foram países que passaram por guerras, o Japão, os Estados Unidos,

"... a nossa qualidade de vida é assim, hoje, os valores são outros, então, a gente não tem o valor de curtir a nossa casa"

"... Eu acho a minha qualidade de vida atual péssima porque a gente estava falando de bairro, não dá pra fazer caminhada na rua, tem que fazer caminhada na academia, a academia você chega, tem que pegar senha para fazer esteira, e dependendo da hora talvez nem dê para você fazer, então você fica estressado porque está pagando e nem sabe se vai poder usufruir

Só que em São Paulo, você não tem nenhuma possibilidade de ter qualidade de vida, no Brasil em Geral; não tem como você ter uma qualidade de vida minimamente aceitável.

"Em SP não há possibilidade de ninguém ter qualidade de vida; seja empresário ou trabalhador... - empresário também é trabalhador (risos)."

"Eu estive em João Pessoa. Lindíssimo o lugar, só que você não encontra teatro, não encontra cinema... Então onde você tem possibilidade de fazer uma coisa, falta outra."

"Uma cadeira confortável, um ambiente confortável, uma boa iluminação, poder olhar o verde lá fora, quando você olha lá fora e vê um verdinho é totalmente diferente de um ambiente de fábrica. Isso para mim é qualidade de vida."

"... Minha empresa é legal porque a gente tem toda parte de campo e tem cento e trinta e seis alqueires de campo, é bem grande, às vezes você está aqui e você pode ir lá... Nós dois temos essa qualidade de vida porque nós somos biólogos, mato e abelha. E a gente tem aqui umas bicicletas que usamos para ir ao campo, só quando temos que levar muita coisa é que vamos de carro."

"É ter uma vida de boa qualidade, não sei exatamente o que significa... A gente muitas vezes tem uma qualidade péssima de vida. A quantidade de horas que se gasta no trânsito."

"... é poder trabalhar, dentro de certo limite, ter folga para depois fazer algo diferente: ir ao teatro, ao cinema, andar de bicicleta... Só que em São Paulo, você não tem nenhuma possibilidade de ter qualidade de vida"

"Se você vai ao teatro, você fica preocupado com o carro, porque se deixar na rua, você é roubado, se pára no farol, corre o risco de ser assaltado e morto."

"Então onde você tem possibilidade de fazer uma coisa, falta outra. E não há o respeito também".

"Então a sua produtividade é muito pequena. Sem contar o estresse que este trânsito te causa. Você chega no seu serviço, cansado do trânsito, com medo de assalto..., é muito complicado você ter que conviver com este tipo de ambiente".

"Eu acho a minha qualidade de vida atual péssima porque a gente estava falando de bairro, não dá pra fazer caminhada na rua, tem que fazer caminhada na academia, a academia você chega, tem que pegar senha para fazer esteira, e dependendo da hora talvez nem dê para você fazer, então você fica estressado"

"O brasileiro praticamente não tem qualidade de vida. Não essa de você poder andar tranquilamente, de poder dormir tranquilamente, de chegar do trabalho, abrir o cadeado tranquilamente sem ficar com medo que alguém vai te assaltar..."

IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA COM O GRUPO FOCAL

“...querendo ou não, a gente acaba fazendo uma terapia aqui, conheci vários pontos deles que eu não conhecia, que não tinha conversado, você vê o lado mais humano...”

“...Você não vai ter que fazer isso mais vezes?”

“... Um pouquinho que conversa você acaba melhorando a qualidade da vida da pessoa, só pela troca de experiência...”

“... Por essa medida, eu percebo que a gente inverte a importância das coisas...”

“O que seria legal para a incubadora, é pegar quem está incubado aqui, ou quem já foi incubado, e fazer um churrasco, vir, conversar, para passar a experiência deles para quem está aqui.”

“...a incubadora tem que cumprir o papel dela, mas nada impede de ter uma política humana, da pessoas trocando idéias... Eu acho que a gente deveria ter um pouco essa “perda de tempo” pra trocar idéias, ajudar, esse é o sentimento que deveria estar sempre aqui.”

“Se você oferece ajuda, o outro fica mais a vontade.”

ANEXOS

ANEXO 1. Termo de consentimento livre e esclarecido

Universidade de São Paulo
Faculdade de Ciências Farmacêuticas

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**I – DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO SUJEITO DA PESQUISA OU LEGAL RESPONSÁVEL**

1. Nome do Participante:.....
 Documento de Identidade Nº :..... Sexo: () M () F
 Data de Nascimento:...../...../.....
 Endereço:.....Nº:.....Apto:.....
 Bairro:.....Cidade:.....
 CEP:.....Telefone:.....

II – DADOS SOBRE A PESQUISA

Título do Protocolo de Pesquisa: **Empreendedores e hábitos alimentares: comportamento alimentar como fator de qualidade de vida no trabalho**

1. Pesquisador: MARA ELAINE DE CASTRO SAMPAIO
 Cargo/Função: MESTRANDA Inscrição Conselho Regional de Psicologia Nº:20976

Departamento da FCF/USP: PRONUT

2. AVALIAÇÃO DO RISCO DA PESQUISA

Risco Mínimo (X) Risco Médio () Risco Baixo () Risco Maior ()

3. Duração da Pesquisa: seis meses (janeiro 2010)

III – REGISTRO DAS EXPLICAÇÕES DO PESQUISADOR AO PACIENTE OU SEU REPRESENTANTE LEGAL SOBRE A PESQUISA, CONSIGNANDO:

Prezado(a) senhor(a), esta pesquisa tem como objetivo identificar a percepção sobre qualidade de vida no trabalho e conhecer os hábitos alimentares de empreendedores – aqui compreendidos como proprietários de empresas. Ela também se propõe a investigar como esses dois fatores (a qualidade de vida no trabalho e os hábitos alimentares dos empreendedores) se correlacionam. Para muitos trabalhadores desse grupo (ou seja, empreendedores e/ou donos de empresas), o esforço de adaptação às atuais exigências do ritmo de trabalho provoca uma grande insatisfação com a sua qualidade de vida. Isto pode trazer problemas graves de saúde – que podem ter relação com a baixa qualidade de alimentação. Hoje em dia são muitas as alternativas de alimentação durante o período de trabalho, como o restaurante da empresa ou vale-refeições. Tais facilidades, no entanto, não necessariamente garantem bons hábitos de alimentação. Para este estudo serão utilizados questionários de autopreenchimento e formados grupos de discussão sobre o tema: comportamento alimentar e qualidade de vida no trabalho. A pesquisa não causará nenhuma espécie de risco à integridade física e moral do participante – e muito menos lhe trará qualquer desconforto. As informações obtidas neste estudo terão utilidade científica e contribuirão para a área de pesquisa em Consumo Alimentar e Qualidade de Vida no Trabalho, sobretudo nos aspectos que dizem respeito ao entendimento dos hábitos alimentares no período de trabalho. Seus resultados servirão para posterior orientação dos empreendedores sobre alimentação saudável e bem-estar no trabalho.

IV – ESCLARECIMENTOS DADOS PELO PESQUISADOR SOBRE GARANTIAS DO SUJEITO DA PESQUISA

A qualquer tempo o senhor (a) terá acesso às informações sobre procedimentos. Esta é uma pesquisa que se caracteriza por risco mínimo e produzirá benefícios relacionados à orientação e educação nutricional para empreendedores visando contribuir para a qualidade de vida no ambiente de trabalho. A pesquisadora estará disponível a todo tempo para dirimir eventuais dúvidas.

A qualquer momento o senhor(a) terá a liberdade de retirar seu consentimento e deixar de participar do estudo. Temos o compromisso de garantir e preservar a confidencialidade, sigilo e privacidade das informações referentes aos dados da pesquisa.

V – INFORMAÇÕES DE NOMES, ENDEREÇOS E TELEFONES DOS RESPONSÁVEIS PELO ACOMPANHAMENTO DA PESQUISA, PARA CONTATO EM CASO DE INTERCORRÊNCIAS CLÍNICAS E REAÇÕES ADVERSAS.

MARA ELAINE DE CASTRO SAMPAIO: ALAMEDA JAU, 605/152 – CEP 01420-000 SÃO PAULO, TELEFONE 11-32886252
ORIENTADORA: ANA CRISTINA LIMONGI-FRANÇA:

VI- CONSENTIMENTO PÓS-ESCLARECIDO

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar do presente Protocolo de Pesquisa.

São Paulo, _____ de _____ de _____.

 Assinatura do sujeito de pesquisa
 ou responsável legal

 Assinatura do pesquisador
 (carimbo ou nome legível)

Para qualquer questão, dúvida, esclarecimento ou reclamação sobre aspectos éticos dessa pesquisa, favor entrar em contato com: Comitê de Ética em Pesquisas da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo – Av Prof Lineu Prestes, 580 - Bloco 13A – Butantã – São Paulo – CEP 05508-900, Telefone 3091-3677 – e-mail: cepfcf@usp.br

ANEXO 2. Comitê de ética

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
Assistência Técnica Acadêmica

PARECER CONSUBSTANCIADO DO PROJETO

Parecer CEP/FCF/75/2009

Protocolo CEP/FCF/510

CAAE: 0010.0.018.000-09

Ilma. Sra.

Mara Elaine de Castro Sampaio

Orientação: Profa. Dra. Ana Cristina Limongi-França

I - Identificação

Projeto de Pesquisa:	Empreendedores e hábitos alimentares: comportamento alimentar como fator de qualidade de vida no trabalho
Pesquisador Responsável:	Mara Elaine de Castro Sampaio
Instituição:	FEA/USP
Área Temática Especial:	Comportamento alimentar e qualidade de vida
Patrocinadores:	Não se aplica

II - Sumário Geral do Protocolo

O estudo envolve a aplicação de questionários (sócio-demográfico, hábitos e comportamentos alimentares, indicadores de qualidade de vida no trabalho (QVT), consumo alimentar) visando conhecer os hábitos alimentares de Empreendedores e sua influência na qualidade de vida no trabalho.

Os objetivos do presente estudo são:

Objetivo geral: Conhecer os hábitos alimentares de Empreendedores e verificar, na percepção do empreendedor, se a qualidade alimentar pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida no trabalho e se esta percepção exerce influência na gestão da QVT na sua empresa.

Objetivos específicos:

Verificar quais são os hábitos alimentares de Empreendedores: o tipo de alimento que ingerem, a quantidade de porções alimentares diárias e o comportamento alimentar;

Verificar a concepção de qualidade de vida no trabalho e em que escala de valor está a alimentação na QVT;

Identificar ações relativas à alimentação nos Programas de QVT nas empresas dos empreendedores pesquisados.

Características: aplicação de questionários e formação de grupos de discussão, portanto não envolve coleta de material biológico, nem a ingestão de alimentos.

Número de participantes: 200

Procedência: empresários.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
Assistência Técnica Acadêmica

Aplicação de questionários (sócio-demográfico, hábitos e comportamentos alimentares, indicadores de qualidade de vida no trabalho (QVT), consumo alimentar) e formação de grupos de discussão sobre o tema.

Dados obtidos: resultados da influência do consumo alimentar e qualidade de vida no trabalho.

III – Situação do Protocolo: APROVADO

Cabe ao pesquisador:

- Comunicar ao CEP a ocorrência de efeitos colaterais e ou de reações não esperadas;
- Comunicar ao CEP eventuais modificações no projeto aguardando a apreciação e aprovação do CEP;
- Comunicar e justificar a interrupção do projeto;
- Apresentar relatórios: parcial (após 50% da execução do projeto) e final.

São Paulo, 29 de junho de 2009.

Profa. Dra. Mariza Landgraf
Vice-Coordenadora em exercício
Comitê de Ética em Pesquisa CEP/FCF/USP

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
Assistência Técnica Acadêmica

Ofício CEP/FCF/171/2009

São Paulo, 14 de dezembro de 2009.

Ilmo(a). Sr(a).

Mara Elaine de Castro Sampaio

Orientador: Profa. Dra. Ana Cristina Limongi-França
PRONUT

Prezado(a) Senhor(a),

O Comitê de Ética em Pesquisa da FCF/USP, em reunião de 14 de dezembro de 2009, **APROVOU** as alterações do projeto "Empreendedores e hábitos alimentares: comportamento alimentar como fator de qualidade de vida no trabalho" apresentado por Vossa Senhoria.

Atenciosamente,

Profa. Dra. Elvira Maria Guerra Shinohara
Coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa
FCF/USP

ANEXO 3. Questionário de hábitos alimentares - Alvarenga 2001

Questionário de Hábitos Alimentares

1. Se você faz as seguintes refeições, assinale o horário e os alimentos consumidos:

Horário	Refeição	ALIMENTOS CONSUMIDOS
	Cafê da manhã	
	Lanche da Manhã	
	Almoço	
	Lanche da Tarde	
	Jantar	
	Lanche da Noite	

EXCLUIDA 2. Quantas calorias você acha que deve ingerir para manter seu peso, sem atividade física ?

- ☐ menos de 1000 ☐ de 1600 a 1900
☐ de 1000 a 1300 ☐ de 1900 a 2200
☐ de 1300 a 1600 ☐ mais de 2200
☐ Não sei informar

3. Quanto tempo você gasta para fazer suas refeições principais?

menos de 15' / 15' a 30' / mais de 30' / Não sei informar

Refeição : _____ Tempo : _____

Refeição : _____ Tempo : _____

Refeição : _____ Tempo : _____

Refeição : _____ Tempo : _____

Refeição : _____ Tempo : _____

4. Qual seu alimento/ preparação preferido? (citar apenas 1)

5. Alguma alimento lhe causa aversão? Por quê?

6. Você restringe algum alimento da sua dieta habitual?

☐ Não ☐ Sim Quais? _____

EXCLUIDA 7. Você se sente culpada quando ingere algum destes alimentos que tenta cortar da sua dieta?

() Não () Sim Porque? _____

8. Quais os alimentos você considera mais saudáveis? (citar apenas 3)

_____ Por que? _____

_____ Por que? _____

_____ Por que? _____

9. Quais alimentos você considera menos saudáveis? (citar apenas 3)

_____ Por que? _____

_____ Por que? _____

_____ Por que? _____

10. Como você costuma geralmente fazer suas refeições?

(Assinale quantas for necessário)

() Sentado à mesa () Conversando

() Em pé () Em silêncio

() Acompanhado () Lendo

() Sozinho () Assistindo TV

() Prestando atenção no que come

() Outro Especificar: _____

11. Você sente prazer ao comer?

() Sim () Não Por que? _____

12. Você gosta de cozinhar?

() Sim () Não Por que? _____

13. Costuma consumir as preparações que você faz?

() Sim () Não Por que? _____

EXCLUIDA 14. Coleciona receitas ou livros de receitas?

() Não () Sim Quais? _____

15. Você toma algum suplemento como vitaminas, minerais, ou outro tipo?

() Não () Sim Qual? _____ Por que? _____

16. Quando você come doces, "fast foods", pizza, ou vai a uma festa, você come de maneira diferente (comer mais rápido ou devagar; menos ou mais; mais tranquilamente ou mais ansiosa...)?

() Sim Por que? _____

() Não

EXCLUIDA 17. Quando você vai a restaurantes, bares ou lanchonetes, como você se sente?

() tranquilo () ansioso () nervoso

() com medo () irritado

() Outros - descreva: _____

EXCLUIDA 18. Você se incomoda em comer na presença de outras pessoas?

- () Sim Por que? _____
 () Não

19. Você acredita que alguma combinação de alimentos é perigosamente "engordativa"?

- () Sim Qual? _____ Por que? _____
 () Não

EXCLUIDA 20. Você acredita que algum alimento ou algo "derreta" gordura?

- () Sim Qual? _____ Por que? _____
 () Não

EXCLUIDA 21. Você acredita que comer a mais em uma refeição ou ocasião especial automaticamente engorde você?

- () Sim Por que? _____
 () Não

22. Você acredita que se ficar um dia sem comer ou a base de líquidos você pode emagrecer?

- () Sim Por que? _____
 () Não

EXCLUIDA 23. Com relação a alimentação e nutrição quais outros conceitos em que acredita?

- () Sim Qual? _____
 () Não

EXCLUIDA 24. Você tem algum sentimento em relação aos alimentos?

- () Sim Qual? _____ Por que? _____
 () Não

EXCLUIDA 25. Você já provocou vômito após comer?

- () Não
 () Sim Por que? _____

EXCLUIDA 26. Isso se tornou rotina? () Sim () Não

Caso Sim, responda as questões seguintes:

A. Quando isso aconteceu pela primeira vez?

_____/_____/_____

B. Quanto tempo após comer, você vomita?

C. Que sentimentos você tem antes do vômito?

(especifique)

D. E depois? _____ (especifique)

EXCLUIDA 27. Você segue alguma dieta?

- () Sim Qual? _____ Por quê? _____
() Não

EXCLUIDA 28. Matérias de revista, dietas de revista, programas de auto-ajuda ajudaram ou atrapalharam você? Por quê?

EXCLUIDA 29. Você pratica atividade física?

- () Sim Qual? _____ Frequência : _____ dias/semana _____ horas/dia
() Não

Porque?

- () Saúde () Emagrecer () Manter o peso () Prazer e lazer

- () Outra razão? _____

EXCLUIDA 30. Quando não pode praticar sua atividade, como se sente?

- () irritado () indisposto () com medo de engordar
() indiferente () outro? _____