

FACULDADE NOVOS HORIZONTES
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

**A FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO ALUNO DA ESCOLA TÉCNICA
DE FORMAÇÃO GERENCIAL DE BELO HORIZONTE**
Confronto de percepção entre alunos calouros e alunos formandos

Cláudio Luiz de Souza Oliveira

Belo Horizonte
2009

Cláudio Luiz de Souza Oliveira

**A FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DO ALUNO DA ESCOLA TÉCNICA
DE FORMAÇÃO GERENCIAL DE BELO HORIZONTE**
Confronto de percepção entre alunos calouros e alunos formandos

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos Horizontes, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a. Cristiana Fernandes De Muyllder

Área de Concentração: Organização e Estratégia

Linha de Pesquisa: Tecnologia de Gestão e Competitividade

Belo Horizonte
2009

AGRADECIMENTOS

Meu agradecimento especial à Professora Cristiana Fernandes De Muyllder, minha orientadora, pelo interesse no tema, pelos ensinamentos recebidos e por me orientar de maneira segura e criteriosa, realizando um acompanhamento eficiente, ajuda incansável e paciência constante.

Aos professores, pelos valiosos ensinamentos e compromisso com os resultados.

Aos meus colegas de mestrado, em especial a Antônio Carlos Soares Pereira, Brenner Lopes, Arnaldo Fernandes Pinto Júnior e Jacquelline Aparecida Batista de Andrade, pela convivência, trocas de experiências, sugestões e ricos debates, verdadeiros companheiros de luta.

À Instituição SEBRAE-MG, em especial ao Dr. Afonso Maria Rocha, Maria Gorete Cordeiro Neves, Luciano de Assis Fagundes e à professora Gemma de Carvalho Mazzoni Cavalieri, que autorizaram o estudo e me incentivaram desde o início.

A Deus, por amparar-me e guiar-me todos os dias.

À minha esposa, Edenise Antônia Godinho Oliveira, que soube me entender em meus momentos de reclusão e concentração.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e acreditaram em meu potencial.

A todos que contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho.

“Não confunda jamais conhecimento com sabedoria. Um o ajuda a ganhar a vida; o outro a construir uma vida.”

Sandra Carey

RESUMO

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2007), uma das maiores dificuldades encontradas para a permanência das MPE no mercado (66%) está ligada a falhas no gerenciamento, decorrentes da ausência de um ensino voltado para o empreendedorismo, no sentido de diminuir o índice de negócios fracassados. Diante deste cenário, percebe-se a importância da implementação de escolas voltadas para o ensino do empreendedorismo. Daí surge a Escola Técnica de Formação Gerencial de Belo Horizonte (ETFG BH). Este trabalho teve por objetivo geral analisar se a ETFG-BH está promovendo a formação empreendedora de seus alunos, confrontando a percepção dos alunos calouros e dos formandos. Foram traçados três objetivos específicos: (a) Levantar os motivos ou razões pelos quais os alunos calouros e formandos optaram por estudar na ETFG-BH; (b) Verificar a contribuição percebida pelos alunos da ETFG-BH na formação empreendedora; e (c) Comparar a visão dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH em relação à aprendizagem. Para alcançar tais objetivos, optou-se pelo método de pesquisa baseado em estudo de caso quantitativo com característica descritiva. Como instrumento de coleta de dados utilizado foi aplicado um questionário a uma população de 313 alunos, dos quais 175 são alunos ingressantes no ano de 2009, enquanto 138 alunos estão se formando ao final do ano de 2009. As análises das informações coletadas nesta pesquisa indicam que existem diferenças de percepções entre o aluno do 1º ano e os formandos quanto ao interesse no ingresso na universidade e ao motivo da escolha da escola quanto à preparação para gerar boa colocação e salário atraente no mercado de trabalho, formação empreendedora dada pela escola na capacidade de inovar e maior maturidade ao fazer uma reflexão mais aprofundada sobre a vida empresarial. Já quando se trata de preparar o aluno para ser dono do próprio negócio, ter visão empreendedora, currículo voltado para as necessidades de mercado, capacidade para lidar com o risco, maturidade profissional, fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade, desenvolvimento das características, competências e habilidades empreendedoras e oportunidade para iniciar um negócio próprio, não foi apontada na pesquisa diferença de percepção.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação empreendedora.
Intraempreendedorismo. Micro e pequena empresa.

ABSTRACT

According to the Brazilian Support Service to Micro and Small Enterprises-SEBRAE (2007) one of the greatest difficulties encountered by the MPE to stay on the market (66%), is linked to poor management. These flaws are due to the absence of an education oriented on entrepreneurship in order to reduce the rate of business failures. In this scenario one may realize the importance of the implementation of schools teaching entrepreneurship. Therefore was founded the Technical School Management Training in Belo Horizonte - BH ETFG. This study was aimed mainly to analyze if the ETFG-BH, is promoting the entrepreneurial training of students, and this, confronting the perceptions of freshmen students and trainees. Three specific goals were drawn: (1) Find the motives / reasons why the freshmen and graduates have chosen to study in ETFG-BH, (2) verify the BH-ETFG student's perceived contribution of entrepreneurial training, (3) Compare the opinion of freshmen and of trainees about the role of ETFG-BH in learning. To achieve these goals, was used the method of research based on quantitative case with descriptive features. As a tool for collecting the data was used a questionnaire to a population of 313 students, of which 175 are freshmen in 2009, while 138 students are graduating at the end of 2009. The analysis of information collected in this study indicate that there are differing perceptions among the students of 1st year and the trainees, about the interest in entering university, the reason for the choice of the school that may prepare one to gain a good position and a attractive salary in the work market, give entrepreneurial training to gain ability to innovate, and more maturity to make a deeper reflection on the business life. However, when as to prepare students to be business owners, have entrepreneurial vision, curriculum geared to the needs of the market, ability to comply with the risk, professional maturity, to do better things with efficiency and quality, to build up the characteristics, competencies and entrepreneurial capability, in order to win the opportunity to start their own business, was pointed no differences in the perception of these items in this study.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Education. Intraempreendedorismo. Micro and small enterprise.

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura 1 - O processo de pesquisa.....	66
Gráfico 1 – Atividade empreendedora total (TAE), segundo regiões do mundo.....	50
Gráfico 2 – Distribuição da atividade empreendedora total (TAE) e força de trabalho ..	51
Gráfico 3 – Posso seguir uma carreira universitária.....	100
Gráfico 4 – Prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio.....	101
Gráfico 5 – Contribui para uma visão empreendedora.....	103
Gráfico 6 – Gera boa colocação e salário atraente.....	104
Gráfico 7 – Tem currículo voltado para as necessidades do mercado.....	105
Gráfico 8 – Competência empreendedora.....	106
Gráfico 9 – Criar meu próprio negócio.....	107
Gráfico 10 – Capacidade de inovar.....	108
Gráfico 11 – Capacidade para lidar com o risco.....	109
Gráfico 12 – Maturidade profissional.....	110
Gráfico 13 – Contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade.....	111
Gráfico 14 – Tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial.....	112
Gráfico 15 – Contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras.....	113
Gráfico 16 – Tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio.....	114

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Datas históricas quanto à teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor.....	34
Quadro 2 – Os dez mandamentos do intraempreendedor.....	47
Quadro 3 – Características de alguns países, segundo a renda nacional e a TAE - 2004	52
Quadro 4 - Histórico da disseminação da cultura empreendedora no Brasil.....	55
Quadro 5 – Atividades exercidas pelo indivíduo antes de empreender.....	59
Quadro 6 – Motivos que levam o indivíduo a empreender.....	59
Quadro 7 – Experiência do indivíduo frente ao negócio.	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Painel de evolução dos empreendedores iniciais (TAE) entre 2001 e 2007 por grupo de países.....	16
Tabela 2 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TAE) brasileira em comparação com a média dos países participantes do GEM de 2001 a 2007.....	17
Tabela 3 – Taxa de mortalidade de empresas no Brasil.....	18
Tabela 4 – Tipo de orientação que o empreendedor teve ou espera receber para iniciar, abrir ou administrar o negócio segundo estágio do empreendimento – Brasil - 2007....	38
Tabela 5 - A estratificação dos alunos da ETFG-BH do 1º e do 3º ano de 2009.....	73
Tabela 6 – Quanto ao gênero, alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	74
Tabela 7 – Faixa etária, alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	74
Tabela 8 – Naturalidade: alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	74
Tabela 9 – Nível de escolaridade do pai dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH...	75
Tabela 10 – Nível de escolaridade da mãe dos alunos do 1º e 3º ano da ETFG-BH.....	75
Tabela 11 – Situação familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	76
Tabela 15 – Renda familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	77
Tabela 16 – Número de pessoas que contribuem para a Renda familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	78
Tabela 17 – Região de Belo Horizonte que mora os alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH.....	78
Tabela 18 – Escolhi a ETFG-BH porque é perto da minha casa.....	79
Tabela 19 – Escolhi a ETFG-BH porque tem boa localização.....	79

Tabela 20 – Escolhi a ETFG-BH porque gera status social.....	80
Tabela 21 – Escolhi a ETFG-BH porque é a escola do futuro.....	80
Tabela 22 – Escolhi a ETFG-BH porque é mais fácil que as outras escolas.....	81
Tabela 23 – Escolhi a ETFG-BH porque tem boa reputação na cidade.....	81
Tabela 24 – Escolhi a ETFG-BH porque fui influenciado por amigos.....	81
Tabela 25 – Escolhi a ETFG-BH porque sempre quis estudar nesta escola.....	82
Tabela 26 – Escolhi a ETFG-BH porque fui influenciado pelos meus pais.....	82
Tabela 27 – Escolhi a ETFG-BH porque prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio.....	82
Tabela 28 – Escolhi a ETFG-BH porque gera boa colocação e salário atraente.....	83
Tabela 29 – Escolhi a ETFG-BH porque garante uma boa formação.....	83
Tabela 30 – Escolhi a ETFG-BH porque é fácil entrar / ser selecionado.....	84
Tabela 31 – Escolhi a ETFG-BH porque o aprendizado contribui para o meu desenvolvimento pessoal.....	84
Tabela 32 – Escolhi a ETFG-BH porque tem currículo voltado para as necessidades do mercado.....	85
Tabela 33 – Escolhi a ETFG-BH porque quero prestígio profissional no mercado de trabalho.....	85
Tabela 34 – Escolhi a ETFG-BH porque posso seguir uma carreira universitária.....	85
Tabela 35 – Escolhi a ETFG-BH porque tenho apoio da família.....	86
Tabela 36 – Escolhi a ETFG-BH após conversas com colegas.....	86
Tabela 37 – Escolhi a ETFG-BH após resultado de teste vocacional.....	87
Tabela 38 – Escolhi a ETFG-BH porque tenho parentes que formaram na ETFG-BH...	87
Tabela 39 – Escolhi a ETFG-BH porque contribui para uma visão empreendedora.....	87

Tabela 40 – A formação da ETFG-BH assegura realização pessoal.....	88
Tabela 41 – A formação da ETFG-BH assegura competência empreendedora.....	88
Tabela 42 – A formação da ETFG-BH assegura ingresso no mercado de trabalho.....	89
Tabela 43 – A formação da ETFG-BH assegura criar o próprio negócio.....	89
Tabela 44 – A formação da ETFG-BH assegura fazer curso universitário.....	89
Tabela 45 – A formação da ETFG-BH assegura para preparar minha independência financeira.....	90
Tabela 46 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade de inovar.....	90
Tabela 47 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade para lidar com o risco.....	91
Tabela 48 – A formação da ETFG-BH assegura maturidade profissional.....	91
Tabela 49 – A formação da ETFG-BH assegura proatividade.....	91
Tabela 50 – A formação da ETFG-BH assegura agressividade competitiva.....	92
Tabela 51 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade de tolerar incertezas e insegurança.....	92
Tabela 52 – A formação da ETFG-BH assegura visão empreendedora.....	93
Tabela 53 – A formação da ETFG-BH assegura desenvolvimento da autonomia e responsabilidade.....	93
Tabela 54 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio.....	93
Tabela 55 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que sua preparação vem contribuindo para agir reduzindo riscos e controlando resultados.....	94
Tabela 56 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se sente apto a mudar de estratégia afim de enfrentar novos desafios ou superar obstáculos.....	94

Tabela 57 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade.....	95
Tabela 58 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se sente comprometido com o ensino dado pela ETFG-BH.....	95
Tabela 59 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se considera apto a detectar oportunidades de negócio.....	95
Tabela 60 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você tem condições, através de suas próprias observações, construir conceitos básicos da administração e do empreendedorismo.....	96
Tabela 61 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, você tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial.....	96
Tabela 62 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH a metodologia do aprendizado contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras.....	97
Tabela 63 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, você se considera autoconfiante.....	97
Tabela 64 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, até o presente momento vem contribuindo para sua visão empreendedora.....	98

LISTA DE SIGLAS

ETFG-BH – Escola Técnica de Formação Gerencial de Belo Horizonte

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IES – Instituição de Ensino Superior

MPE – Micro e Pequena Empresa

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequena e Micro Empresa

SEBRAE-MG – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais

TAE – Atividade Empreendedora Total

UE - União Europeia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 Problema de pesquisa.....	21
1.2 Objetivos.....	24
1.2.1 Objetivo Geral.....	24
1.2.2 Objetivos específicos.....	24
1.3 Justificativa.....	25
1.4 Estrutura da dissertação.....	26
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	28
2.1 O empreendedorismo e sua história.....	28
2.2 O ensino da educação empreendedora.....	35
2.3 A educação empreendedora no Brasil.....	39
2.4 A educação empreendedora garantindo o futuro do empreendedorismo.....	40
2.5 O empreendedorismo como suporte da inovação, conhecimento, informação e aprendizagem.....	42
2.6 O Intraempreendedorismo.....	45
2.7 A atividade empreendedora no mundo.....	49
2.8 O empreendedorismo no Brasil.....	53
2.8.1 Empreendedorismo em Minas Gerais.....	56
2.9 As micro e pequenas empresas versus a mortalidade.....	58
3 A ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL DE BELO HORIZONTE.....	61
4 METODOLOGIA.....	64

4.1 Processo de pesquisa.....	65
4.3 Unidade de análise e sujeitos pesquisados.....	69
4.4 População e amostra.....	70
4.5 O instrumento de coleta de dados.....	71
4.6 Tratamento dos dados.....	72
5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....	73
5.1 Fase I : Os dados tabulados e analisados quanto a caracterização do aluno.....	73
5.2 Fase II: Os dados tabulados e analisados quanto à análise escolar.....	79
6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	99
6.1 Escolha pela ETFG-BH.....	99
6.2 Formação empreendedora.....	105
6.3 Comparações calouros e formandos.....	110
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	116
Limitações da pesquisa.....	120
Proposição de estudos futuros.....	121
REFERÊNCIAS.....	122
APÊNDICE A.....	131
Questionário.....	131

1 INTRODUÇÃO

Conforme o IBGE (1996), com o aprofundamento da globalização, na década de 1990, os níveis de competitividade entre as grandes empresas cresceram muito, gerando novas estratégias, que podem indicar concentração de capital, uma vez que ocorrem fusões e aquisições, e esses novos conglomerados realizam investimentos em novas tecnologias e processos inovadores. Essas mudanças ocasionaram uma alteração na relação capital-trabalho, que pode gerar a racionalização, otimização e adequação da força de trabalho face às demandas do setor produtivo.

Por conseguinte, surgem modificações na relação empresa/empregado, afetando a estabilidade empregatícia, inclusive. Isso pode ser comprovado por meio do levantamento realizado pelo IBGE (1996), no qual demonstra que os anos 1990 foram marcados por alterações significativas no mercado de trabalho brasileiro.

A recessão econômica do período de 1990/92, a abertura dos mercados, o aumento da competição entre as empresas do setor privado, o plano de estabilização econômica e as privatizações influenciaram significativamente a ocupação, a desocupação e o rendimento dos indivíduos (IBGE, 1996).

Esse cenário escolhido é caracterizado por micro e pequenas empresas, em que se destaca o empreendedorismo como fator gerador de riquezas para o País. Por intermédio dessas transformações, o Brasil tornou-se um dos países com maior índice de atividade empreendedora do mundo. Em 1997, ele adere ao *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que tem por objetivo aproximar as pesquisas do meio comum do científico. O foco é desenvolver estudos acerca do tema “Empreendedorismo” no mundo, para investigar o confuso e complexo relacionamento entre empreendedorismo e crescimento econômico.

O GEM, quando da sua criação, obteve a adesão de 21 países. De acordo com o GEM (2007), o brasileiro tem uma grande vocação para a atividade empreendedora, já que 13 em cada 100 brasileiros adultos estão empreendendo, o que coloca o País entre os dez mais empreendedores, conforme demonstrado na TAB. 1.

Tabela 1 - Painel de evolução dos empreendedores iniciais (TAE) entre 2001 e 2007 por grupo de países

Grupo de Países/Países	ANO						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Brasil	14,20	13,53	12,90	13,55	11,32	11,65	12,72
Membros do G7							
Reino Unido	7,70	5,37	6,36	6,19	6,22	5,77	5,53
Estados Unidos	11,61	10,51	11,94	11,33	12,44	10,03	9,61
Itália	10,16	5,90	3,19	4,32	4,94	3,47	5,01
Japão	5,19	1,81	2,76	1,48	2,20	2,90	4,34
França	7,37	3,20	1,63	6,03	5,35	4,39	3,17
BRIC							
Rússia	6,93	2,52	-	-	-	4,86	2,67
China	-	12,34	11,59	-	13,72	16,19	16,43
Hong Kong	-	3,44	3,23	2,97	-	-	9,95
Índia	11,55	17,88	-	-	-	10,42	8,53
Sul-Americanos							
Uruguai	-	-	-	-	-	12,56	12,21
Venezuela	-	-	27,31	-	25,00	-	20,16
Argentina	11,11	14,15	19,70	12,84	9,49	10,24	14,40
Chile	-	15,68	16,87	-	11,15	9,19	13,43
Colômbia	-	-	-	-	-	22,48	22,72
Peru	-	-	-	40,34	-	40,15	25,89

Fonte: Pesquisa GEM (2007, p. 28)

É interessante notar que dos países da América do Sul que participaram da pesquisa GEM 2007 o Brasil é o penúltimo colocado, ficando à frente apenas do Uruguai, apresentando a atividade empreendedora total (TAE, *sigla em inglês*) de 12,21. Países como Venezuela, Colômbia e Peru possuem taxas elevadas. Isso sugere que possuem menor complexidade econômica, o que pode levar ao estímulo à atividade empreendedora por necessidade, devido à escassez de postos de trabalho formais.

Ainda conforme o GEM (2007), o valor da TAE para 2007 continua análogo à média dos últimos sete anos, que é de 12,83%, desde que o Brasil resolveu tomar parte de todas as coletas. Ou seja, a população brasileira é, em média, 87,61% mais empreendedora

do que o grupo de países que participaram de todas as edições da Pesquisa GEM de 2001 a 2007, de acordo com a TAB. 2.

Tabela 2 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TAE) brasileira em comparação com a média dos países participantes do GEM de 2001 a 2007

Países	ANO							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2001-2007
Países Participantes	8,65	6,49	6,98	6,47	6,39	6,07	6,82	6,84
Brasil	14,20	13,53	12,90	13,48	11,32	11,65	12,72	12,83

Fonte: Pesquisa GEM (2007, p. 34)

Comparativamente, a taxa dos participantes cresceu 6,84% de 2001 a 2007, sendo que a brasileira foi o dobro dessa, alcançando 12,83% em igual período.

No entanto, conforme explicitado no GEM (2002), existem duas principais razões que levam os indivíduos a empreenderem. A primeira identifica a atividade empreendedora como uma oportunidade de negócio. Ou seja, entre as diversas opções que existem para a definição de sua carreira acabam por definir a abertura de um empreendimento. A segunda razão se dá pela necessidade de sobrevivência dos indivíduos, uma vez que esses não vislumbram ou não possuem outras opções de trabalho. Se existirem, seriam consideradas insatisfatórias. O fato é que ainda existe um percentual muito grande no Brasil de empreendedores por necessidade, cerca de 43,16%, contra 56,84% de empreendedores classificados como por oportunidade (GEM, 2007).

No Brasil, fica claro o número substancial de empreendimentos de micro e pequeno porte nos mais variados setores da economia e sua importância como promotores e indutores do desenvolvimento socioeconômico do País, gerando emprego e renda. Um aspecto importante nesse sentido é trazido pelo SEBRAE por meio de estudos realizados por essa instituição, cujo trabalho denominou-se Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas (2005), que teve por objetivo divulgar informações sobre a importância das micro e pequenas empresas no cenário brasileiro. As micro e pequenas empresas em 2002 responderam por 99,2% do número total de empresas formais no Brasil, 57,2% dos empregos totais e 26,0% da massa salarial. Porém, esses percentuais consideráveis não refletem uma posição de sucesso no mercado

empresarial brasileiro. O fechamento prematuro de empresas de micro e pequeno porte no país tem causado preocupações.

De acordo com o SEBRAE (2007) as taxas de mortalidade de empresas verificadas no Brasil de 2003 a 2005 estão assim representadas na TAB. 3.

Tabela 3 – Taxa de mortalidade de empresas no Brasil

Taxa de mortalidade no Brasil (2005-2003) (%)	
Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2005-2003)	Taxa de Mortalidade
2005	22,0
2004	31,3
2003	35,9

Fonte: Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil 2003-2005 – SEBRAE (2007, p. 14) adaptada pelo autor.

O percentual de empresas de pequeno porte que sobrevivem por pelo menos dois anos tem aumentado, como se verifica na TAB. 3, passando de 35,9% em 2003 para 22,0% em 2005. Ou seja, 13,9% a mais de micro e pequenas empresas (MPE) permanecendo em atividade. Conforme o SEBRAE (2007), pode-se atribuir esse resultado satisfatório a dois importantes fatores: maior qualidade empresarial; e melhoria do ambiente econômico.

De acordo com o SEBRAE (2007), a causa apontada como mais significativa por 55% dos empresários que encerraram suas atividades empresariais relaciona-se às falhas gerenciais. Diante disso, pode-se verificar que a qualificação empresarial é o ponto forte para que as empresas permaneçam no mercado, por parte tanto do empresário quanto do corpo gerencial da empresa. Como o índice de mortalidade dessas empresas ainda é considerado elevado e tem-se como causa principal o desconhecimento de gestão empresarial, indaga-se: Os brasileiros estão preparados para intraempreender e/ou empreender?

Conforme Dolabela (2007), deve-se construir uma percepção de empreendedorismo para atingir patamares satisfatórios de distribuição de renda, bem-estar social, democracia, geração de capital humano e social. Daí a importância de implantar a

educação empreendedora no Brasil. Amaral (2000, p. 34) menciona sobre a importância do ensino na formação do empreendedor:

Além da necessidade de desenvolver modelos e sistemas que atinjam os objetivos pedagógicos definidos, é fundamental que as instituições de ensino forneçam à sociedade, produtos e serviços educacionais que provejam soluções para seus problemas. No ensino médio, é preciso formar pessoas que sejam mais autônomas, mais criativas e capazes de liderar, se é que realmente se quer valorizar seu potencial empreendedor, destacando que a expressão empreendedora não se aplica somente à prática dos negócios, mas a todas as esferas das atividades humanas. Quanto mais o estudante é exposto à experiência empreendedora e às pequenas empresas na sua juventude, maior será o referencial com o qual ele buscará identificar-se e mais significativo será o seu potencial empreendedor.

Segundo Nassif *et al* (2008), tanto a escola quanto a empresa apresentam um papel de grande relevância para a formação do indivíduo, pois será por meio dessa tríplice inter-relação que ocorrerá o desenvolvimento de habilidades e aquisição de conhecimentos e atitudes pessoais que possam ser utilizados em tudo que se faz.

Drucker (1993) chama a atenção para a transformação tecnológica por que o mundo vem passando, exigindo a quebra de paradigmas em relação às escolas, para que estas possam sobreviver às novas demandas. Esses paradigmas estão relacionados com o que apregoa Niskier (1997) quando observa que a instituição de ensino ainda está muito fragmentada e divergente. Há instituições de ensino mais direcionadas para o aperfeiçoamento das questões burocráticas, outras apostam, investem e dão valor à infraestrutura, outras consideram importante a pesquisa e, por fim, existem aquelas que se preocupam somente com o ensino, desconsiderando as tendências e o que está acontecendo no mundo.

Vasconcelos (2000) evidencia que as IES ainda trabalham os pilares ensino, pesquisa e extensão de forma desagregada, tendo dificuldade em manter esses três itens interligados ou assegurando o mínimo de equilíbrio, sustentação e qualidade entre eles. Assim, cada IES ainda realça um desses três campos separadamente, o que dificulta a construção de uma instituição de ensino diferenciada.

Park *et al.* (1997) argumentam que os estudantes de Administração recebem um conteúdo puramente técnico, aprendendo em sala de aula o suficiente para serem

capazes de exercer a profissão. Com essa capacitação recebida, eles não têm condições de exercer a arte da Administração, a qual exige perspicácia, sensibilidade, liderança, capacidade de tomar decisões, amplitude de visão, sociabilidade e habilidade para trabalhar em grupo. Dolabela (2003) completa mencionando que a educação formal ainda é deficiente para trabalhar essas características e que esse sistema educacional que aí está deverá, forçosamente, ampliar seu currículo muito além do conhecimento técnico e científico, trabalhando o espírito empreendedor de seus alunos. Reforça, ainda:

O estudo das oportunidades, que jamais fez parte do currículo escolar, torna-se uma urgência. [...] a relação básica de trabalho se dá através do emprego (oferecido por quem é capaz de identificar oportunidades e disponível para quem preenche os requisitos de habilidades e *know-how*), capacidade de identificar oportunidades e a de gerar conhecimentos constituem um novo padrão de pré-requisitos para a inserção no mundo do trabalho (DOLABELA, 2003, p. 22).

As instituições de ensino devem buscar a implementação de um projeto pedagógico que contemple a educação dos alunos para a criação de um empreendimento e que essa seja vista pela sociedade como uma alternativa adequada (BERNHOEFT, 1996). Em relação a isso, Paiva e Cordeiro (2002) afirmam que as instituições de ensino, principalmente as de nível superior, estão orientadas a formar alunos para serem executivos de grandes corporações, em vez de também prepará-los para a abertura de novos negócios.

Diante do fato de a escola estar mais focada na formação de futuros empregados, e não de empreendedores, em 1994 o SEBRAE Minas Gerais inaugurou em Belo Horizonte a ETFG-BH, uma escola de nível médio cuja finalidade era preparar o jovem para ser empreendedor. A ETFG-BH foi constituída com uma proposta pedagógica que visa desenvolver: a consciência da cidadania, o respeito aos princípios éticos, a responsabilidade individual e coletiva, a cooperação e a receptividade, a capacidade de resolver problemas com criatividade e determinação, a crítica consequente, a iniciativa e a busca de oportunidades, a valorização do trabalho, a liderança participativa, a organização e o planejamento, o trabalho em equipe e a capacidade de aprender a

aprender. Assim, busca-se diminuir a distância entre a teoria acadêmica e a prática do mercado de trabalho, promovendo a integração entre escola e comunidade empresarial.

Portanto, espera-se que as instituições de ensino sejam grandes vetores na construção da cidadania para enfrentar os desafios deste mundo em constante transformação. A escola, no conjunto educacional, deve propiciar condições para que tanto o educador quanto o aluno exercitem a inteligência empreendedora no sentido de transformar informação em conhecimento aplicável. Assim, este estudo justifica-se pela importância de verificar se a ETFG-BH está despertando o espírito empreendedor em seus alunos, oferecendo-lhes subsídios e instrumentos para a consolidação dessa habilidade e preparando-os para viverem em um futuro em mutação, no qual a capacidade de seleção de informações e a prospecção de oportunidades representarão o diferencial de sucesso no mundo dos negócios. Ou seja, pretende-se verificar a percepção dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH na formação empreendedora.

1.1 Problema de pesquisa

Muito se tem discutido e estudado sobre a importância do empreendedorismo. Schumpeter (1984) já mencionava o empreendedorismo como agente de inovação e mudança capaz de provocar o crescimento econômico. É fato que este tema tenha a sua devida consideração, em virtude do crescimento do número de micro e pequenas empresas que iniciam suas atividades a cada dia, bem como o número de emprego e renda que essas geram. Como fator negativo citam-se as altas taxas de mortalidade desses empreendimentos. É relevante a importância do empreendedorismo para a alavancagem do desenvolvimento econômico de qualquer país. No entanto, pode-se perceber que, em função da globalização, as empresas devem ser mais competitivas, reduzindo seus custos para se manterem no mercado. Uma das saídas para que isso aconteça é a introdução do tema “Empreendedorismo” na grade curricular das escolas de nível fundamental, médio e superior.

Mello (1998) enfatiza que a educação é primazia no mundo inteiro. Todos os países, de uma forma ou de outra, mesmo tendo características históricas próprias, fazem avançar as reformas em seus sistemas educacionais, com o propósito de torná-los atualizados, eficazes e justos, contribuindo para uma nova formação de indivíduos, possibilitando-lhes adquirirem condições para enfrentar o desenvolvimento tecnológico nos processos de produção e as mudanças em âmbito político, social e ético.

Complementando essa linha de raciocínio, Gadotti (1990) parte da premissa de que a escola é um dos lugares onde se dá a educação do estudante e onde se adquire o saber, reproduzindo o conhecimento. Para o autor, se a escola se predispõe a preparar indivíduos que sejam competitivos, inovadores e empreendedores, o empreendedorismo então deve ser a linha principal que vai guiar e orientar as principais ações pedagógicas e acadêmicas durante todo o curso, harmonizando ensino, pesquisa e extensão. É de suma importância estabelecer no projeto pedagógico do curso que seu conteúdo vai abranger a comunidade escolar - ou seja, direção, professores, alunos e parceiros -, todos trabalhando de forma a encontrar novas oportunidades. Devem-se levar em conta os recursos, a vocação regional e os arranjos produtivos locais. Assim, não pode ser uma disciplina isolada, como tem sido lecionada em grande parte das escolas.

Para a escola inovar e empreender, sua direção dever estar atenta às potencialidades regionais e buscar o conhecimento a partir de uma visão dinâmica e sistêmica do mundo. Chama-se isso de “competência(s)”, mas deve estar sempre centrado no aprender coletivo. Segundo o autor, o saber não é transmitido, mas adquirido coletivamente. O saber é uma troca entre o que se aprende no convívio social, no meio acadêmico e no trabalho, onde o indivíduo transforma e recria o mundo.

Ações que promovam o ensino do empreendedorismo nas escolas já estão sendo realizadas pelos países desenvolvidos, como aponta Matlay (2005), mencionando que no Reino Unido as políticas de desenvolvimento estão investindo maciçamente no

ensino do empreendedorismo, uma vez que consideram ser a solução mais adequada em função do contexto de grandes desafios socioeconômico e político. Porém, para que se concretize e irradie o empreendedorismo pelo mundo, há a necessidade de se investir na formação de indivíduos empreendedores locais, de maneira a efetivar a geração e a administração de novos negócios ou qualificar pessoas para desenvolver atividades que produzam inovações (HYTTI e O'GORMAN, 2004).

De acordo com Jones e English (2004), todos os indivíduos podem beneficiar-se do aprendizado sobre o empreendedorismo. Os autores ainda complementam que o ensino do empreendedorismo é uma inovação educacional e que encoraja a capacidade de aprender a aprender, e prepara esses indivíduos para serem mais autoconfiantes, adequando-os às mudanças e tornando-os capazes de resolver problemas, melhorando sua criatividade e imaginação.

Para Filion (1993), os indivíduos possuem características diferenciadas, e a educação para o empreendedorismo deve ajudá-los no desenvolvimento dessas características. A educação deve ser proativa, e não estar alicerçada em um único método de ensino.

A importância da educação empreendedora é evidenciada por Dolabela (1999a) ao mostrar o número elevado de fracassos das empresas de micro e pequeno porte e a procura por indivíduos com competências em identificar oportunidades, inovar e entender o negócio em que atuam ou vão atuar. Torna ciente que as metodologias de ensino empregadas nos dias de hoje não estão adequadas, pois estão direcionadas às grandes empresas. Ainda, segundo Dolabela (1999b, p. 12), a formação empreendedora deve ter seu papel preponderante na preparação de pessoas para aprenderem “a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção.”

Este estudo é, dessa forma, uma tentativa de buscar um melhor entendimento sobre o papel da ETFG-BH, a partir do momento em que esta instituição de ensino se predispõe

a trabalhar uma proposta pedagógica inovadora, com o objetivo de desenvolver integralmente o aluno, por meio de uma formação empreendedora.

Portanto, nessa perspectiva, assume-se como pergunta de pesquisa deste projeto de dissertação: **Como os discentes da ETFG-BH percebem sua educação empreendedora, considerando a visão e a atitude empreendedora?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar a percepção dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH na formação empreendedora.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Levantar os motivos ou razões pelos quais os alunos calouros e formandos optaram por estudar na ETFG-BH.
- b) Verificar a contribuição percebida pelos alunos da ETFG-BH na formação empreendedora.
- c) Comparar a visão dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH em relação a aprendizagem.

1.3 Justificativa

O que se tem verificado é que até o final dos anos 70, o setor público e as grandes empresas eram vistos como os principais estimuladores da economia para a sociedade. Esta situação começa a mudar a partir das décadas de 80 e 90 com o advento da globalização. Com as crescentes crises mundiais e o endividamento do setor público, a economia passa a sofrer profundas modificações obrigando as lideranças públicas e privadas a se organizarem e estruturarem.

No Brasil, estas modificações levam as empresas a passarem por mudanças estruturais no sentido de as tornarem mais competitivas, isto as levam a diminuir postos de trabalho e a fazerem mais com menos. Neste cenário as empresas passam a ser caracterizadas por organizações que procuram indivíduos capacitados e em condições de reinventar as empresas e seus negócios.

Por outro lado como resposta a diminuição de postos de trabalho, e à necessidade de sobrevivência começam a surgir inúmeros empreendimentos de micro e pequeno porte, nos diversos setores da economia, com diferentes estruturas e processos organizacionais. Sendo assim o empreendedorismo passa a ser um campo de estudo emergente, começando a exigir das pessoas o desenvolvimento desta competência, o que é muito mais do que adquirir conhecimento, implica em aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver (SOUZA, 2001).

A partir daí o desenvolvimento da formação empreendedora passa a ter importância e o meio pelo qual esta formação se consolidará será por intermédio da educação empreendedora propiciada pelas escolas sejam de níveis fundamental, médio ou superior.

Assim, este estudo se justifica pela importância da educação empreendedora que parecem latentes e relevantes para a consolidação das micro e pequenas empresas no

cenário econômico nacional, uma vez que em termos estatísticos as MPE representam 99,2% das empresas brasileiras, respondem por 57,4% da mão de obra empregada formalmente e por 26,5% da massa salarial (NOVAS, 2007), e um alto índice de mortalidade (66% das empresas de MPE) tendo como causa às falhas gerenciais (SEBRAE, 2007).

O estudo ainda se justifica academicamente pela necessidade das escolas propiciarem a seus alunos competências empreendedoras dando condições para sobreviverem em uma sociedade competitiva. Formando indivíduos proativos, criativos e inovadores, com condições de abrirem seu próprio negócio. Este fato levou as escolas a conceberem Projetos Pedagógicos voltados para o empreendedorismo.

1.4 Estrutura da dissertação

Esta dissertação está dividida em sete capítulos, conforme os temas abordados, incluindo esta Introdução, em que se apresentam, o problema de pesquisa, os objetivos, a justificativa e a estrutura da dissertação.

No capítulo 2, descreve-se o referencial teórico, com a explanação dos seguintes temas: “O empreendedorismo e sua história”, “O ensino da educação empreendedora”, “A educação empreendedora no Brasil”, “A educação empreendedora garantindo o futuro do empreendedorismo”, “O empreendedorismo como suporte à inovação, conhecimento, informação e aprendizagem”, “O intraempreendedorismo”, a “Atividade empreendedora no mundo”, “O empreendedorismo no Brasil, o “Empreendedorismo em Minas Gerais” e as “Micro e pequenas empresas *versus* a mortalidade”.

No capítulo 3, é abordada “A Escola Técnica de Formação Gerencial de Belo Horizonte”.

No capítulo 4, abordou-se a metodologia, definindo o processo de pesquisa, o método utilizado, a unidade de análise e os sujeitos pesquisados, a população e amostra, o instrumento de coletas de dados e o tratamento dos dados.

No capítulo 5, procede-se à apresentação dos dados.

No capítulo 6, realiza-se a análise e discussão dos dados apontados pela pesquisa.

No capítulo 7, foi feita as considerações finais do trabalho, com a apresentação da limitações da pesquisa e a proposição de estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O empreendedorismo e sua história

O empreendedorismo é um tema que pode ser considerado emergente e que recai sobre um conjunto de obras literárias que são amplamente citadas em artigos científicos e acadêmicos atuais no Brasil.

O significado novo da palavra *entrepreneurship*, que é usada tanto na língua inglesa quanto na francesa, tem origem no francês *entrepreneur* (BURCH, 1986) e significa “pôr em prática”, “submeter à experiência”, “qualificar a atividade de organizar, de controlar e de supor riscos de uma empresa ou negócio”. Essa terminologia tem sido empregada para destacar pessoas com capacidades específicas no mundo dos negócios, tais como persistência, comprometimento, estabelecimento de metas, busca de informações, iniciativa, autoconfiança e criatividade.

Pires (2006) ressalta que é curioso notar que ainda não foi registrada em dicionário a palavra empreendedorismo. Talvez seja pelo fato de este termo ter passado primeiramente pelo francês “*entrepreneur*”, que no século XVI era indicado às pessoas que estimulavam confrontos ou organizavam operações militares. Algum tempo mais tarde esse termo foi incorporado à língua inglesa, passando no século XVII a ter um sentido subjacente de “empresário”, pessoa que comanda um projeto ou uma empresa.

Para Dornelas (2001), no século XVII surgiram os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo. Nessa época, era estabelecido um acordo contratual entre o empreendedor e o governo para que fosse efetuado algum serviço ou fossem fornecidos produtos. Os preços eram prefixados e, caso houvesse lucro ou prejuízo, esses eram exclusivamente do empreendedor.

Ainda Dornelas (2001) considera fatos e situações históricas para comprovar o denominado “espírito do empreendedorismo”, há tempos presente nos feitos da humanidade, mediante as relações de capital e política. Ele cita como primeiro exemplo de empreendedorismo o caso do viajante veneziano Marco Polo, que tentou firmar um caminho comercial para o Oriente. Ele assinava contratos com pessoas que possuíam mercadorias para serem vendidas. O proprietário das mercadorias, hoje conhecido como capitalista, assumia riscos de forma passiva, enquanto ele, Marco Polo, o aventureiro empreendedor, assumia todos os tipos de riscos físicos e emocionais.

Segundo Drucker (1987), Pinchot (1989), Leite (2002), Dolabela (1999a), foi Jean-Baptiste Say, economista francês, que usou o termo empreendedor pela primeira vez em um ambiente científico, por volta de 1800, para designar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor menos produtivo para outro mais produtivo e com maior rendimento. Say também usou o termo *entreprendre*, palavra francesa, para determinar o indivíduo que assume riscos ao criar um novo empreendimento.

Para Barroso (2002, p. 1), Say foi o primeiro estudioso a dizer que o sucesso de um país está diretamente relacionado à quantidade de empreendedores.

Jean Baptiste Say (1803) foi um dos primeiros modernos a chamar atenção para o empreendedor ao afirmar que “um país bem estocado de comerciantes, fabricantes e agricultores inteligentes tem maior potencial de atingir prosperidade do que os países que se devotam basicamente à busca das artes e das ciências”. Por outro lado, Say não definiu bem o perfil de quem seria empreendedor. Apenas se limitou a dizer que “os empreendedores organizam e canalizam os fatores de produção de tal modo a satisfazer as necessidades humanas”. Assim Say deixou passar a oportunidade de diferenciar o empresário do empreendedor, assim como de nos dizer como se tornar um deles.

No século XVIII, surgiu o escritor e economista Richard Cantillon, considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, pois foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor do capitalista, sendo esse primeiro considerado como aquele que assumia riscos e o segundo como aquele que fornecia o capital (DORNELAS, 2001).

Filion (2001a, p. 17) relata:

Na realidade, os pesquisadores do empreendedorismo concordam em dizer que a origem desse conceito está nas obras de Cantillon, que era um banqueiro do século XVIII, mas que hoje seria qualificado de investidor em capital de risco. O interesse de Cantillon pelos empreendedores não era um fenômeno isolado na época. Este interesse harmonizava-se com o ideário dos pensadores liberais da época que exigiam, entre outros, liberdade plena para que cada um pudesse tirar o melhor proveito dos frutos de seu trabalho.

Estudos sobre empreendedorismo continuam retratando o tema de forma mais clara, localizando-se temporal, histórica e geograficamente:

No Reino Unido, nascia a revolução industrial. [...] Cantillon buscava nichos de mercado para investimentos lucrativos. [...] Para ele, o empreendedor era aquele que comprava matéria-prima por um preço certo para revendê-la a preço incerto. Ele entendia, no fundo, que se o empreendedor lucrara além do esperado, isso ocorreria porque ele havia inovado: fizera algo de novo e de diferente (FILION, 2001a, p. 17).

Os primeiros pesquisadores a estudarem a temática “empreendedorismo” têm formação na Economia e Psicologia (ROBERTS, 1991). Entre os economistas, destaca-se Schumpeter (1985) como o primeiro teórico a verificar e fazer sobressair a importância do empreendedor na economia. Dizia ele ser esse o “motor da economia capitalista”. Para Schumpeter (1985), o empreendedor é aquele que cria inovações, assumindo os riscos de suas ações com o objetivo de obter lucro. Ele não só foi capaz de atrelar o empreendedor à inovação como também salientou a importância de gerar novos produtos na busca de novos mercados, com o intuito de promover o desenvolvimento socioeconômico. Schumpeter dizia que:

[...]chamamos “empreendimento” à realização de combinações novas; chamamos “empresários” aos indivíduos cuja função é realizá-las; chamamos “empresários” não apenas aos homens de negócio “independentes” em uma economia de trocas, [...] mas todos que preenchem a função pela qual definimos o conceito, mesmo que sejam, como está se tornando regra, empregados “dependentes” de uma companhia [...]. Por outro lado, nosso conceito é mais restrito do que o tradicional ao deixar de incluir todos os dirigentes de empresas, gerentes ou industriais que

simplesmente podem operar um negócio estabelecido (SCHUMPETER, 1985, p. 54).

Após Schumpeter, Roberts (1991) ressaltou que os estudos científicos sobre empreendedorismo basearam-se em duas correntes: a econômica e a humanista (psicólogos, sociólogos etc.). Entre os economistas, podem-se citar Cantillon, Smith, Say, Schumpeter, Knight e Casson.

Smith (1985) conclui que o empreendedor tem por objetivo ganhar dinheiro, é um capitalista. Já Knight (1921) estabelece que o empreendedor tem a capacidade de prever e lidar com os riscos e incertezas de um negócio, diferente de outras pessoas. O autor ainda argumenta que o lucro advém de momentos turbulentos.

Outras definições podem ser elencadas, como a de Casson (1982), que estabelece que os economistas clássicos definem o empreendedor como um indivíduo especializado em administrar com recursos escassos, tentando fazer uma interface entre o desenvolvimento econômico e o empreendedor.

De acordo com Roberts (1991), a primeira abordagem psicológica do tema “Empreendedorismo” foi feita por McClelland, psicólogo social que realizou estudos sobre o perfil do empreendedor. Sua contribuição foi importante, pois estimulou a compreensão do empreendedorismo sob a ótica das ciências do comportamento.

McClelland (1971a) estudou a história da civilização com base nas disputas entre soviéticos e americanos na década de 1950. Ele procurava explicações para essa disputa e isso fez com que ele identificasse na literatura heróis que superavam dificuldades. Segundo McClelland (1971a), sob pressão as pessoas desenvolviam uma necessidade de realizar; eram incentivadas a agir sobre a situação. McClelland (1971a) estabelecia uma correspondência entre a necessidade de agir com o empreendedorismo. Para ele, não existia o fator sorte ou apenas efeito casual das forças de mercado. A necessidade de empreender do indivíduo estava ligada a sua

habilidade em assumir riscos e ao seu desejo de se realizar pessoalmente nos negócios, obtendo sucesso financeiro.

Quanto ao comportamento empreendedor, McClelland (1971b) constatou que o alto grau de realização nas comunidades estava diretamente relacionado ao seu crescimento econômico.

De dezenove culturas cujas histórias infantis mostraram alta necessidade de realização, 74% continham empreendedores, enquanto somente 35% de vinte culturas classificadas como baixas em necessidade de realização havia empreendedores (McCLELLAND, 1971b, p. 110).

Sob essa ótica, analisar o desenvolvimento socioeconômico de determinados países ao longo da história tornou-se possível. McClelland (1971b) conclui que o rápido crescimento econômico não é em virtude de um ambiente favorável devido a recursos naturais privilegiados. Os verdadeiros motivos, segundo o autor, estavam nos valores humanos que possibilitaram a identificação de oportunidades, assumindo riscos calculados.

Collins e Moore (1964) abordam que o ato de empreender está diretamente ligado aos modelos da infância. Em uma análise psicanalítica, os empreendedores podem ter a necessidade de independência, autoconfiança e autonomia, e são motivados por conflitos não resolvidos.

Drucker (1987) considera o empreendedor aquele que aproveita bem as oportunidades que, muitas vezes, não são percebidas pelos outros. Estabelece ainda que os empreendedores estão dispostos a criar um negócio novo e inovador mesmo que tenha riscos e incertezas.

Timmons (1989) menciona que o ponto mais importante para alguém ser empreendedor é ser proativo, ter iniciativa, perseverança, determinação, aceitar desafios e aprender com os fracassos.

De forma análoga, Ray (1993) afirma que prevalece na personalidade do empreendedor a busca pelo sucesso.

Filion (1991) estabeleceu a teoria visionária, na qual a visão de mundo e de si é a base sobre a qual se desenvolve o processo de estabelecimento da visão do empreendedor. Ele inclui valores, atitudes, humor e intenções, que vão estabelecer a forma de agir.

Filion (1999) assim definiu empreendedor:

Um 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 negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION, 1999, p.19).

De acordo com Dolabela (1999a), qualquer pessoa pode ser empreendedora, desde que tenha capacidade de sonhar e transformar esse sonho em realidade, por intermédio de ações e atitudes. Nesse sentido, Weber (2004) identificou como atributos transformadores os valores essenciais que explicam o comportamento empreendedor. O autor acredita que os empreendedores são independentes e inovadores, lideram seus negócios e sua autoridade é formalizada.

Stevenson e Gumpert (1985) descrevem os empreendedores como pessoas inconformadas e diferenciadas, que gostam do que fazem, são tolerantes, autoconfiantes e têm necessidade de autorrealização e extremamente motivadas, traço claro do empreendedor.

Para Santos (1983, p. 32), “a ação empreendedora (*entrepreneurship*) compreende iniciativa, inovação, gosto por mudanças, liderança, flexibilidade, oportunismo, dedicação, controle, seleção e uso da competência”.

São diversas as definições possíveis para o perfil empreendedor (QUADRO 1). O mundo vem passando por profundas transformações e por trás dessas estão pessoas com características especiais, que devem ser entendidas e estudadas, uma vez que o papel do empreendedor reflete positivamente na sociedade (DRUCKER,1987; PINCHOT,1989; FILION 2001a; HISRICH, 2009). Dornelas (2001 p. 21) indica que “os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho, novos empregos e gerando riqueza para a sociedade.”

Datas históricas empreendedorismo / empreendedor	
Idade Média	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
1725	Richard Cantillon – pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital (o atual investidor de risco).
1803	Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876	Francis Walter - distinguiu entre os que fornecem fundos e recebiam juros daqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter – o empreendedor é um inovador e desenvolve um método tecnológico não experimentado.
1937	Richard T. Ely e Ralph H. Hess – o empreendedor organiza e opera uma empresa para lucro pessoal. Assume a possibilidade de perdas e ganhos em circunstâncias de circunstâncias imprevistas e incontroláveis.
1961	David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1975	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vesper – o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1987	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
1989	Gifford Pinchot – o intraempreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
2009	Robert Hisrich – empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Quadro 1 – Datas históricas quanto à teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor

Fonte: Hisrich (2009), Filion (2001a), Drucker (1987), Pinchot (1989), adaptado pelo autor.

O próximo tópico abordará a importância do ensino da educação empreendedora como forma de demonstrar sua influência na formação do indivíduo, buscando prepará-lo e adaptá-lo às novas exigências do cenário econômico nacional e mundial.

2.2 O ensino da educação empreendedora

Os setores econômicos da sociedade contemporânea estão necessitando de um novo tipo de indivíduo e de trabalhador, e as escolas têm papel fundamental na formação deste indivíduo, a partir do momento em que propiciarão o desenvolvimento de competências múltiplas, trabalho em equipe e capacidade de aprender e de adaptar-se a situações novas (BELLONI, 1999).

Para Carvalho (1999), o novo momento do capitalismo impõe ao sistema educacional uma adequação, introduzindo competências como: preparar os indivíduos a “saber ser”. Ou seja, não apenas ter conhecimentos, mas saber transformá-los em ações, permitindo movimentar e interferir no processo produtivo, propondo soluções.

Segundo Hansemark¹ (1998, citado por Machado; Añez e Ramos, 2005), a educação empreendedora tem que ser planejada para a criação de um sistema de apoio à empresas, estimulando e facilitando atividades empreendedoras, contribuindo para diminuir o índice de negócios fracassados a aumentar a geração de empregos e criando empresas. Esse autor define a educação empreendedora como a educação que propicia o surgimento de um novo produto ou serviço, efetivando-se em alto valor econômico.

Ao tratar da educação empreendedora, Dolabela (2003, p. 15) alerta que essa “deve começar na mais tenra idade, porque diz respeito à cultura, que tem o poder de induzir ou de inibir a capacidade empreendedora”. O autor ainda complementa que a educação empreendedora deve abranger, essencialmente, o aumento da capacidade de desenvolver capital social e capital humano, gerando no indivíduo condições de reagir a

¹ HANSEMARK, O. C. The effects of na entrepreneurship programmer on need for achievement and locus of control of reinforcement. Internatinonal Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research, v. 4, n. 1, 28-50, May 1998.

incertezas, inovar, produzir mudanças em si e no ambiente que o circunda, ter visão de mundo e, por fim, buscar a autorrealização.

A chamada “escola empreendedora” é aquela capaz de definir uma linha de atuação que busca uma formação estratégica de características visionária e proativa (MINTZBERG e QUINN, 2001). Para Fillion (1999), esse enfoque estratégico na formação do empreendedor deve possuir um diferencial, haja vista que o treinamento para a atividade empreendedora objetiva levar o indivíduo a imaginar e identificar visões, desenvolvendo habilidades para sonhos realistas.

De acordo com Bernardes e Martinelli (2004), muitos programas para o ensino do empreendedorismo estão sendo criados e ligados a Instituições de Ensino Superior, tendo por finalidade difundir a compreensão dos indivíduos quanto às facilidades e aos riscos dos que pretendem ingressar nessa via. Conforme os autores, esse interesse está baseado nos estudos e nas pesquisas que estão sendo desenvolvidas, as quais apontam para o crescimento das práticas empreendedoras e a criação de micro e pequenas empresas. Os autores ainda salientam que os programas de empreendedorismo estão compreendidos em dois focos de atividades: o primeiro, voltado para as atividades acadêmicas (cursos, disciplinas e pesquisas); e o segundo, para a comunidade externa à academia (incubadoras, consultorias em gestão de PME e desenvolvimento gerencial de empresas).

Conforme pesquisa realizada por Guimarães (2002) com instituições de ensino norte americanas, tais metodologias de ensino e os conteúdos programáticos empregados para as disciplinas de empreendedorismo apontaram para um predomínio de conteúdos voltados para o planejamento e a criação de empresas, perfil, habilidades e comportamento empreendedor, depoimentos de empreendedores de sucesso, estudos de caso voltados ao empreendedorismo, análise de projetos e relatórios de consultoria e, por fim, a elaboração de um plano de negócio.

Para Dornelas (2001), as instituições de ensino no Brasil que desejam introduzir cursos de empreendedorismo devem estabelecer em seus projetos pedagógicos alguns pontos focados na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor, na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, em como gerenciar e fazer uma empresa crescer, em como identificar fontes de financiamento e em como preparar e utilizar um plano de negócio.

As escolas devem estar atentas e mudar seu foco, pois os cursos de administração e negócios ainda estão preparando jovens para serem empregados de possíveis organizações que possivelmente não existirão mais quando esses se formarem. As mudanças que vêm ocorrendo no mundo dos negócios e das organizações devem preparar os jovens para o empreendedorismo, a estratégia e a internet (NOBREGA, 1999).

De acordo com o GEM (2007), a maioria dos empreendedores não teve orientação para a estruturação e a abertura de seus negócios, apesar de esses considerarem o ensino e/ou a orientação de grande relevância. Na TAB. 4, pode-se constatar o tipo de orientação que o empreendedor deseja ou espera receber para iniciar e manter seu negócio.

Pode-se constatar na TAB.4 que em relação ao tipo de orientação que o empreendedor teve ou espera receber o que se destaca é o processo de fabricação do produto/serviço em todos os estágios. Para as empresas nascentes, verifica-se uma necessidade quanto à informação mais aprofundada no que se refere ao procedimento de abertura de empresa, com 12,7%, vindo logo a seguir o custo e formação de preço, com 9,9%. Nota-se que para os empreendimentos já estabelecidos o segundo tipo de orientação mais demandada são técnicas de venda, com 13,0%.

Tabela 4 – Tipo de orientação que o empreendedor teve ou espera receber para iniciar, abrir ou administrar o negócio segundo estágio do empreendimento – Brasil - 2007

Tipo de Orientação	Estágio			Estabelecidos
	Iniciais		Novos	
	TAE	Nascentes		
Captação de recursos	5,4	7,0	3,9	0,0
Design de produto	3,4	2,8	3,9	3,7
Processo de fabricação do produto/serviço	26,4	15,5	36,4	55,6
Embalagem	2,0	2,8	1,3	1,9
Custo e formação de preço	8,8	9,9	7,8	3,7
Técnicas de vendas	14,9	7,0	22,1	13,0
Marketing	2,7	2,8	2,6	1,9
Contabilidade	4,1	8,5	0,0	3,7
Jurídica	4,1	7,0	1,3	1,9
Procedimento de abertura de empresa	9,5	12,7	6,5	5,6
Registro de marcas	2,0	2,8	1,3	0,0
Patentes e propriedade industrial	1,4	2,8	1,3	0,0
Gestão de Recursos humanos	3,4	4,2	2,6	0,0
Logística e Distribuição	2,0	2,8	1,3	0,0
Outro	10,1	11,3	9,1	9,3

Fonte: Pesquisa GEM (2007, p. 121)

Para Fillion (1993), nos programas de educação empreendedora os principais elementos a serem desenvolvidos são o da imaginação e criatividade. Devem-se trabalhar as habilidades no sentido de direcionar a energia para os objetivos que o empreendedor necessita atingir. A educação para o empreendedor deve ser canalizada para que o indivíduo possa desenvolver e praticar suas características empreendedoras.

O ensino do empreendedorismo nas escolas possibilitará aos jovens uma transformação na sua formação, tornando-o mais competitivo para o século XXI.

O ensino do empreendedorismo durante a formação de um novo profissional tem sido considerado pelos especialistas como vital para o seu sucesso, principalmente se ele for egresso das escolas ditas de massa. Estas instituições concebem seu projeto pedagógico baseado em novos paradigmas educacionais e no desenvolvimento das competências para o trabalho, considerando todas as peculiaridades e incertezas da sociedade do século XXI. O empreendedorismo transforma-se, assim, na inusitada revolução social que deverá ocorrer no século XXI, comparável aos efeitos da revolução industrial ocorrida no século passado. (TERRA; DRUMONND, 2003 p. 1)

“Educação, conhecimento e habilidade em manter o fluxo adequado de informações tornam-se os fatores primordiais no progresso empresarial” (MOTTA, 2001 p. 97). Na próxima seção, abordar-se-á a educação empreendedora no Brasil, seu início e a aproximação do meio acadêmico com o empresarial.

2.3 A educação empreendedora no Brasil

Segundo Souza (2001), vários são os estudos que demonstram que a aprendizagem do empreendedorismo, quando do desenvolvimento de uma teoria e sua aplicação de forma orientada, colabora para a preparação e formação de indivíduos empreendedores que possuam características proativas, aprendendo a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro.

O empreendedorismo ainda é um campo de estudo não consolidado. A metodologia e o desenvolvimento dessa competência encontram-se em construção, envolvendo bem mais que o adquirir conhecimentos, o aprender a empreender, a ser, a fazer e a conviver. Assim, um dos maiores desafios da escola é proporcionar ao aluno desenvolver uma relação proativa com o aprendizado (FILION, 2001a).

No Brasil, na área acadêmica, tanto os cursos profissionalizantes quanto os universitários são orientados principalmente para a formação do candidato a um emprego, um posto de trabalho. Para Medeiros (2001), essa situação tende a mudar, uma vez que os postos de trabalho estão diminuindo cada vez mais. Assim, os centros universitários, ao elaborarem seus projetos pedagógicos, devem preparar e introduzir o ensino do empreendedorismo em todos os cursos superiores oferecidos: História, Música, Direito, Ciência da Computação, Engenharia, Medicina ou Administração de Empresa. Os estudantes devem ser preparados para empreender, tendo conhecimento necessário para elaborarem um plano de negócio, implementá-lo e monitorá-lo.

De acordo com Bermúdez *et al* (2001), a educação empreendedora no Brasil iniciou-se sobre bases tecnológicas. A cultura empreendedora começa em 1981, em São Paulo, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, por intermédio da criação do curso “Novos Negócios”. Mas o fato marcante veio acontecer em 1996, com a implantação de dois projetos que incentivavam a exportação de *softwares* nacionais, o denominado programa Softex – o gênesis na área de incubação universitária – e o Sofstart, na área de ensino de empreendedorismo. O ponto mais significativo desses dois projetos foi o de aproximar o meio acadêmico, por intermédio de seus centros de pesquisa, do empresarial, possibilitando o surgimento de uma nova cultura educacional, contribuindo para que os alunos pudessem implementar suas idéias inovadoras. Explicam os autores:

Atualmente, temos, no país, 14 estados onde as universidades, tanto públicas quanto privadas, apresentam disciplinas de empreendedorismo. São, ao todo, 126 instituições de ensino superior, das quais 57% privadas e 43% públicas, com 76 cursos superiores que incorporam a disciplina em suas grades curriculares. Esse quadro nos autoriza a considerar que o Brasil apresenta uma importante estrutura de rede interativa de ensino de empreendedorismo (BERMÚDEZ *et al*, 2001, p. 99).

Buscando reforçar a importância da educação empreendedora no Brasil, a próxima seção trata do quanto é significativo esse ensino para o futuro do empreendedorismo, apontado como tendência mundial.

2.4 A educação empreendedora garantindo o futuro do empreendedorismo

Para Hisrich *et al* (2009) o empreendedorismo representa riscos, criatividade, independência e recompensas. Todos esses aspectos continuarão sendo a mola propulsora da noção do empreendedorismo no futuro. O empreendedorismo nos dias de hoje é endossado por instituições de ensino, unidades governamentais, sociedade e

corporações. A educação empreendedora passa a ter importância fundamental em termos de cursos e pesquisa acadêmica.

O número de universidades e faculdades que oferecem pelo menos um curso de empreendedorismo aumenta a cada ano. O número de professores ensinando empreendedorismo e o número de disciplinas mantidas por doações aumenta regularmente. Há também alguns programas únicos em empreendedorismo, como o programa de mestrado em ciência empreendedora e empreendedorismo tecnológico e o MBA na área de biociência (HISRICH *et al.* 2009, p. 41).

Os autores afirmam ainda que a formação empreendedora no mundo vem crescendo. São inúmeras as universidades na Europa com programas bem sucedidos em empreendedorismo. Muitas entidades e universidades vêm pesquisando sobre o tema, implementando cursos de formação com ênfase nos processos de criação de empresas, em que o corpo docente e/ou os alunos tomam parte nas vendas e nos lucros do novo empreendimento.

Os autores apontam para uma tendência contínua do crescimento na pesquisa acadêmica, apresentando disciplinas específicas da área, aumentando a concentração e especialização em empreendedorismo. Haverá aumento da qualidade dos cursos de pós-graduação, que, por sua vez, proverão os docentes e a pesquisa de condições indispensáveis para fazer frente ao futuro aumento na oferta de cursos, cargos específicos e centro de trabalhos de pesquisa com foco na atividade empresarial.

Diversos governos estão demonstrando um maior interesse na promoção do crescimento do empreendedorismo. As pessoas são estimuladas a formar novas empresas e recebem apoio governamental, como vantagens nos impostos, prédios, estradas e um sistema de comunicações para facilitar o processo de criação. Os incentivos dos governos federal e regional deverão continuar no futuro, à medida que mais legisladores compreenderem que novas empresas geram empregos e aumentam a produção econômica na região. [...] O apoio da sociedade ao empreendedorismo também continuará. Esse apoio é essencial para propiciar motivação e sustentação pública (HISRICH *et al.*, 2009, p. 41).

As grandes empresas também vão exercer um papel importante, pois continuarão dando atenção ao empreendedorismo – o intraempreendedorismo e investirão no corpo funcional da organização buscando construir e capitalizar talentos, para preparar-se para o hipercompetitivo ambiente de negócios da atualidade (HISRICH *et al.*, 2009).

Na próxima seção, abordar-se-á o empreendedorismo e as relações que se estabelecem com a inovação, conhecimento, informação e aprendizagem.

2.5 O empreendedorismo como suporte da inovação, conhecimento, informação e aprendizagem

De acordo com Lastres e Ferraz (1999, p. 31) é importante destacar o sentido econômico dos conceitos informação e conhecimento:

A escola neo-schumpeteriana aponta a importância de esforços explícitos para a geração de novos conhecimentos como também para sua introdução e difusão no sistema produtivo. Este é o processo que conduz ao surgimento de inovações, considerado fator-chave para o processo de desenvolvimento. Esses conceitos e visão deram corpo e poder explanatório a argumentos sobre a existência de uma complexa e dinâmica interação entre diferentes fontes de inovação, assim como lançaram nova luz sobre a dinâmica da geração, aquisição e difusão de inovações (tanto tecnológicas, quanto organizacionais). [...] inovações tecnológicas referem-se à utilização do conhecimento sobre novas formas de produzir e comercializar bens e serviços. Inovações organizacionais referem-se à introdução de novos meios de organizar empresas, fornecedores, produção e comercialização de bens e serviços.

Ainda conforme esses mesmos autores, a economia, aliada à tecnologia, exige uma carga cada vez maior de informação e conhecimento, com o intuito de buscar o desenvolvimento de novas estratégias empresariais, como a geração de centros de ensino voltados ao empreendedorismo e ao incremento da pesquisa como formas de facilitarem o desempenho das funções empresariais.

Valente (2008) refere-se à informação como sendo a representação abstrata dos fatos. Ou seja, são os dados encontrados em publicações, na *internet* e no diálogo entre as pessoas. Dessa forma é que se passam informações. O conhecimento é quando cada indivíduo realiza o processamento, a interpretação e a compreensão da informação.

Continua o autor abordando que essa diferença entre informação e conhecimento leva a separar os conceitos de ensino e aprendizagem. O ensino pode ser percebido como o procedimento de “depositar informação”. Já o aprendizado é quando ocorre a apropriação da informação para a construção do conhecimento. Assim, o ensino vai além da transmissão da informação e passa a criar ambientes que levem o indivíduo a agir mutuamente com vários problemas e situações que, quando interpretados e compreendidos, possibilitam a esse a obtenção de novos conhecimentos. Dessa forma, o indivíduo terá a capacidade de elaborar soluções para esses problemas, desde que crie soluções inovadoras para tirar vantagem do que o mundo lhe oferece. Esse é o ato de empreender.

Para Motta (2001), inovar na empresa, na maioria das vezes, significa planejar e sustentar um nível de informações que auxilie na construção de um conhecimento, possibilitando a utilização de forma adequada do uso das matérias-primas e da energia, além de facilitar a ação e o desenvolvimento empreendedor dos indivíduos.

Segundo Nonaka e Takeuchi (1997), na empresa empreendedora, o conhecimento deve ser construído de forma intensiva e participativa pelos membros da organização. Para se criar o conhecimento, os indivíduos devem compartilhar suas habilidades disseminando o aprendizado. Busca, assim, a internalização do conhecimento de modo a ajustar à identidade e autoimagem da empresa. A criação do conhecimento está na conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito, sendo, assim, a base para a inovação.

Para Lemos (1999), a atual conjuntura é caracterizada pela introdução de novas tecnologias, que provocam mudanças cada vez mais velozes, acirrando a competitividade. Isso significa que para acompanhar essas rápidas mudanças que estão em curso é de suma importância que os indivíduos e as empresas busquem capacitações, conhecimento e formas de empreenderem, encontrando assim maneiras de aprender e transformar o aprendizado em fator de competitividade para eles.

Somente os que assimilarem esses conhecimentos serão capazes de adaptar a essas velozes mudanças.

Para Dornelas (2003), as empresas de micro e pequeno porte, quando bem estruturadas e compostas por empreendedores com disposição para inovar e mudar têm-se demonstrado mais ágeis e com capacidade inovadora. Isso não apenas nos produtos e serviços que disponibilizam para o mercado, mas no modelo de negócio, pois levam ao aperfeiçoamento do processo de criação de produtos, atendendo os clientes com rapidez, integrando processos organizacionais, otimizando o processo produtivo e antecipando-se aos concorrentes. Para o autor, as organizações que desejam ser competitivas devem ser mais empreendedoras, e para tal precisam sempre preparar seus colaboradores para agirem e pensarem como empreendedores.

O empreendedorismo e o intraempreendedorismo estimulam o comportamento inovador, e esse não ocorre por acaso. Está associado a situações e/ou fatores externos e internos, os quais levam a mudanças que necessitam ser planejadas. Assim, é necessário desenvolver estratégias para lidar com essas mudanças nesses ambientes e ser capaz de aprender e adaptar-se a essas novas realidades para poder manter-se competitivo (MINTZBERG *et al.*, 2000).

McClelland (1972) atesta que o ato de empreender é composto pela relação da necessidade de realização com a inovação. O autor sustenta que o surgimento de novos processos, serviços e produtos decorre dessa necessidade de realização, que leva o indivíduo a ter comportamentos criativos. Assim, o autor deixa claro que o empreendedor inovador contribui para o desenvolvimento econômico ao se esforçar para realizar e satisfazer suas necessidades de realização.

De acordo com Mintzberg *et al* (2000), o empreendedor deve estar sempre munido de informações que o levem a elaborar estratégias, no sentido de possibilitar a busca de inovações que garantam a empresa estar em sintonia com o novo ambiente. Para esse autor, o empreendedor que administra um pequeno negócio concentra em suas mãos a

elaboração e implementação dessas estratégias, pois somente assim as mudanças ocorrerão.

Schlemm (2006, p. 9) ressalta:

A capacidade inovadora de um país está diretamente relacionada à sua estrutura econômica. Por sua vez, inovação e empreendedorismo são frequentemente vistos como processos interativos indutores de mudanças e rupturas essenciais ao desenvolvimento. Os países que tem demonstrado maior competitividade global são também aqueles onde o empreendedorismo encontra solo fértil para germinar e prosperar mediante a inovação, a criação de novos mercados e a aplicação dos avanços tecnológicos no atendimento às crescentes necessidades sociais.

Há uma outra forma de empreendedorismo, a qual se denomina “intraempreendedorismo”. Ou seja, os empregados são empreendedores. Na próxima seção, aborda-se o intraempreendedorismo como uma forma de mudar e transformar a organização, introduzindo atitudes inovadoras para manter a empresa competitiva.

2.6 O Intraempreendedorismo

Filion (2001b) define a prática do intraempreendedorismo como sendo aquela realizada por indivíduos que são verdadeiros agentes de mudança, que são extremamente criativos, e por isso projetam e inovam dentro do ambiente de trabalho. Para esse autor, existem duas categorias de empregados empreendedores. A primeira são os chamados “facilitadores”, que são pessoas que realizam a visão do proprietário da empresa. A segunda categoria são os chamados “visionários”, pessoas que inovam, modificando a visão central do proprietário da empresa.

Nas organizações que possibilitam a ambiência para a aprendizagem, seus colaboradores criam uma sinergia que melhora o aprendizado coletivo, produzindo o

acúmulo de conhecimento e habilidades, transformando o ambiente interno pronto para enfrentar novos desafios, utilizando criatividade e disparando necessidades de inovação que estimulam o intraempreendedorismo sem precedentes (LINS, 2005).

Para Dolabela (2003, p. 36), “o intraempreendedor é alguém capaz de inovar, de propor à instituição onde trabalha caminhos que possam conduzir à ocupação adequada de um espaço no seu ambiente de atuação, otimizando os resultados institucionais”. A atividade empreendedora tem sido entendida ao longo dos anos como uma ação que cria um novo serviço, produto ou, até mesmo, um negócio novo (FERNANDES e SANTOS, 2007).

O aparecimento do intraempreendedorismo se deu quando as grandes empresas perceberam a necessidade de estimular o empreendedorismo dentro dos setores que compunham a organização (HASHIMOTO, 2006).

Segundo Pinchot III (1989), intraempreendedores são aqueles que, apesar de terem uma ação mais limitada dentro da empresa, por não serem os donos do negócio, são capazes de incitar a inovação na organização, descobrindo oportunidades com o intuito de obter resultados otimizados e acima da média. Complementa ainda mencionando que o intraempreendedorismo é composto de um sistema que utiliza os talentos da organização para dar maior velocidade à implementação de inovações.

Uriarte (2000) estabelece que o intraempreendedor identifica nichos de mercado, descobrindo oportunidades para expandir os negócios da empresa. Antoncic² (2001 citado por CHIEH; ANDREASSI, 2007) define a ação intraempreendedora como propósito em buscar uma solução que seja nova ou criativa para transformar as práticas da empresa, compreendendo o desenvolvimento e a melhoria de um produto, serviço, mercado ou técnicas de administração, assim como mudanças em estratégias.

De acordo com Filion (2004), os intraempreendedores são pessoas que desempenham um papel empreendedor dentro das organizações. Para que isso aconteça, a

² ANTONCIC, B. Organizational processes in intrapreneurship: a conceptual integration. *Journal of Enterprising Culture*, s/1, 2001. 9(2). 221-235. Jun. 2001.

comunicação dentro da empresa deve ser aberta e fácil, de modo a levar o colaborador a fazer algo diferente, formulando visões do que deve ser feito e, então, identificar a melhor maneira de transformar a inovação em realidade, auxiliando a organização a se tornar mais dinâmica.

Sobre esse aspecto, Hisrich *et al* (2009) alertam que para as empresas não basta nos dias de hoje ter recursos financeiros e estrutura organizada. Estabelece-se que as corporações, por estarem atravessando a era da hipercompetição, é exigida delas a necessidade de investimento em novos produtos e/ou serviços. Para atingirem esse patamar, necessitam manter o espírito empreendedor, incentivando e, até mesmo, contratando indivíduos que sejam criativos e inovadores. Ou seja, as empresas são impelidas a desenvolver um ambiente intraempreendedor.

Pinchot III (1989) criou os dez mandamentos do intraempreendedor, assim discriminados no QUADRO 2:

1	Vá para o trabalho a cada dia disposto a ser demitido.
2	Evite quaisquer ordens que visem interromper seu sonho.
3	Execute qualquer tarefa necessária a fazer seu projeto funcionar, a despeito de sua criação de cargo.
4	Encontre pessoas para ajudá-lo.
5	Siga sua intuição a respeito das pessoas que escolher e trabalhe somente com as melhores.
6	Trabalhe de forma clandestina o máximo que puder – a publicidade aciona o mecanismo de imunidade da corporação.
7	Nunca aposte em uma corrida, a menos que esteja correndo nela.
8	Lembre-se de que é mais fácil pedir perdão do que pedir permissão.
9	Seja leal às suas metas, mas realista quanto às maneiras de atingi-las.
10	Honre seus patrocinadores.

Quadro 2 – Os dez mandamentos do intraempreendedor

Fonte: Pinchot III (1989, p.17)

Em sua abordagem, Drucker (2003, p. 179) destaca que “a tarefa do intraempreendedor é criar uma visão de uma nova realidade de negócio e fazê-la acontecer”. Complementa ainda que o intraempreendedor, quando unido a outros talentos da organização, faz acontecer três coisas: primeira, forma sua identidade ao redor do novo negócio; segunda, mantém um foco consistente sobre as necessidades do intraempreendimento; e terceira, resolve os problemas holisticamente, requerendo capacidade de adaptação, formando assim uma equipe capaz de lançar um novo produto.

Seiffert (2005) estabelece um novo conceito para o intraempreendedorismo, definindo-o como “empreendedorismo corporativo”, que é o processo pelo qual o indivíduo reinventa a organização, criando, recriando, inovando e renovando dentro da mesma, estando associado a essa originalmente. Afirma ainda que esse indivíduo é capaz de promover uma renovação estratégica e desenvolver novos negócios para a organização.

Para Stewart (2002), as empresas do século XXI tendem a buscar profissionais preparados. Os ativos intelectuais é o que se têm de mais importante, porque é por intermédio do conhecimento e da preparação do corpo funcional da organização que essas serão capazes de se inovarem e diferenciarem da concorrência.

Na próxima seção, haverá uma contextualização do empreendedorismo no mundo, no Brasil, em Minas Gerais. Discute-se, também, a relação da mortalidade das micro e pequenas empresas tendo como uma das causas o despreparo do empresário.

2.7 A atividade empreendedora no mundo

Na teoria econômica, o empreendedor situa-se como agente indutor da transformação e da adaptação de uma economia moderna, passando a receber atenção na última década, por seu papel de mobilizador das bases de recursos e de inovador tecnológico, gerando riqueza e emprego (HOMER, 1990). É da ação desse empreendedor, inovando e transformando a todo momento, que surge o empreendedorismo, provocando uma verdadeira revolução social na maneira de ver, compreender e agir em relação às formas tradicionais de emprego e dos meios disponíveis para a geração da renda e a autossustentação (TIMMONS, 1994).

Foi após os anos 1980 que o empreendedorismo despontou e se espalhou entre as ciências sociais e administrativas. “O número de pequenas empresas e de trabalhadores autônomos aumenta a cada ano. No Canadá cerca de 50% do PIB do país é gerado pelas MPE” (FILION, 2001a, p. 15).

O GEM (2001) levantou dados sobre a atividade empreendedora de um continente de 2,5 bilhões de pessoas, que representa mais de 60% da população mundial. A parcela da população nesses países com idade entre 20 e 64 anos representa cerca de 1,4 bilhão de pessoas, que estariam, a princípio, aptas ou disponíveis para exercer alguma atividade profissional. O relatório aponta que cerca de 150 milhões de pessoas estavam envolvida com a criação ou administração de algum tipo de atividade empreendedora. Dessas pessoas que estavam empreendendo nesses países 54% afirmaram que criaram uma empresa para explorar uma oportunidade de negócio e 43% faziam pela necessidade de ter alguma atividade que gerasse renda ou por não encontrar oportunidade no mercado de trabalho. Identificou-se que o empreender por necessidade era mais relevante em países em níveis menos desenvolvidos.

De acordo com GEM (2003), os países mais pobres apresentam as maiores taxas de empreendedorismo. As formas precárias de trabalho e a alta proporção de informalidade diminuem as chances de os indivíduos conseguirem um emprego formal, e o empreender passa a ser uma questão de sobrevivência. Nos países mais ricos, o crescimento populacional é praticamente estagnado, o que colabora para um percentual baixo de jovens a exercer pressão por ocupações no mercado de trabalho, fazendo com que o empreender seja manifestado por uma questão de oportunidade.

O GRÁF. 1, permite constatar que a atividade empreendedora é baixa e apresenta-se de maneira semelhante tanto nos grupos de países asiáticos desenvolvidos quanto na Europa Oriental, bem como na maior parte dos membros da União Européia. Já os países de língua inglesa e que já foram membros do antigo Império Britânico apresentam níveis mais altos de atividade. Os países latino-americanos apresentam níveis mais altos ainda. Ainda assim, são os países asiáticos em desenvolvimento que apresentam as mais altas taxas TAE.

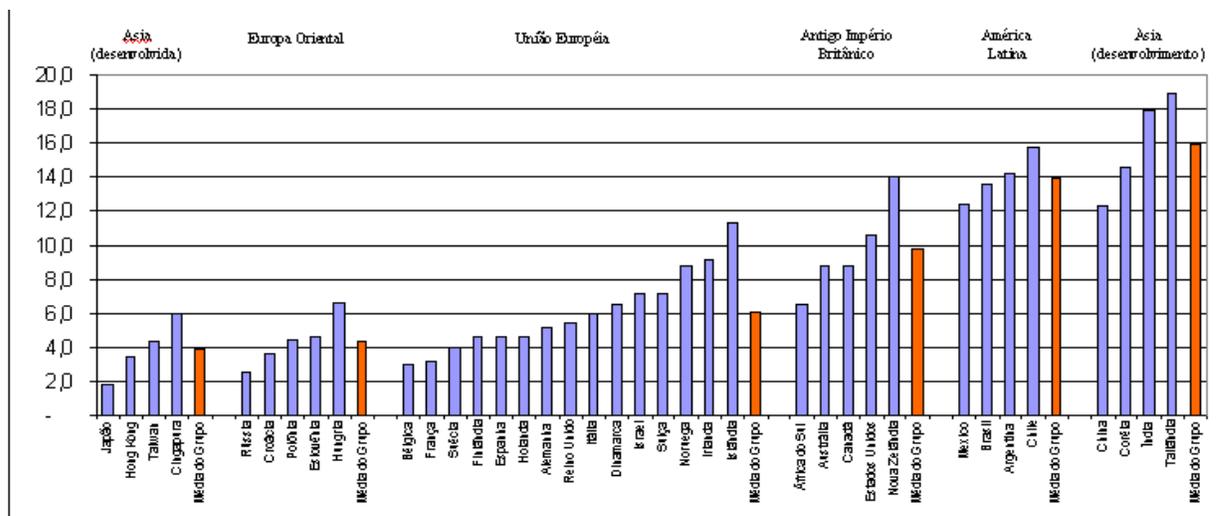


Gráfico 1 – Atividade empreendedora total (TAE), segundo regiões do mundo
Fonte: Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM, 2002

O GRÁF. 2 apresenta a distribuição percentual do total da força de trabalho e dos indivíduos ativamente envolvidos em atividade empreendedora em cada uma das seis regiões. Pode-se verificar que as grandes populações de nações dos países asiáticos

em desenvolvimento, como a Índia e a China, apresentam um percentual elevado de empreendedores em relação à força de trabalho, visto que nesses países o nível de emprego formalizado é baixo. Países latino-americanos e países-membros do antigo Império Britânico contêm aproximadamente o mesmo percentual de força de trabalho e de indivíduos ativamente envolvidos em alguma atividade empreendedora. Já a UE, a Europa Oriental e os países desenvolvidos asiáticos possuem um percentual baixo de atividade empreendedora. Tanto os níveis de participação quanto as consequências em termos de número de indivíduos ativamente envolvidos variam notavelmente de região para região.

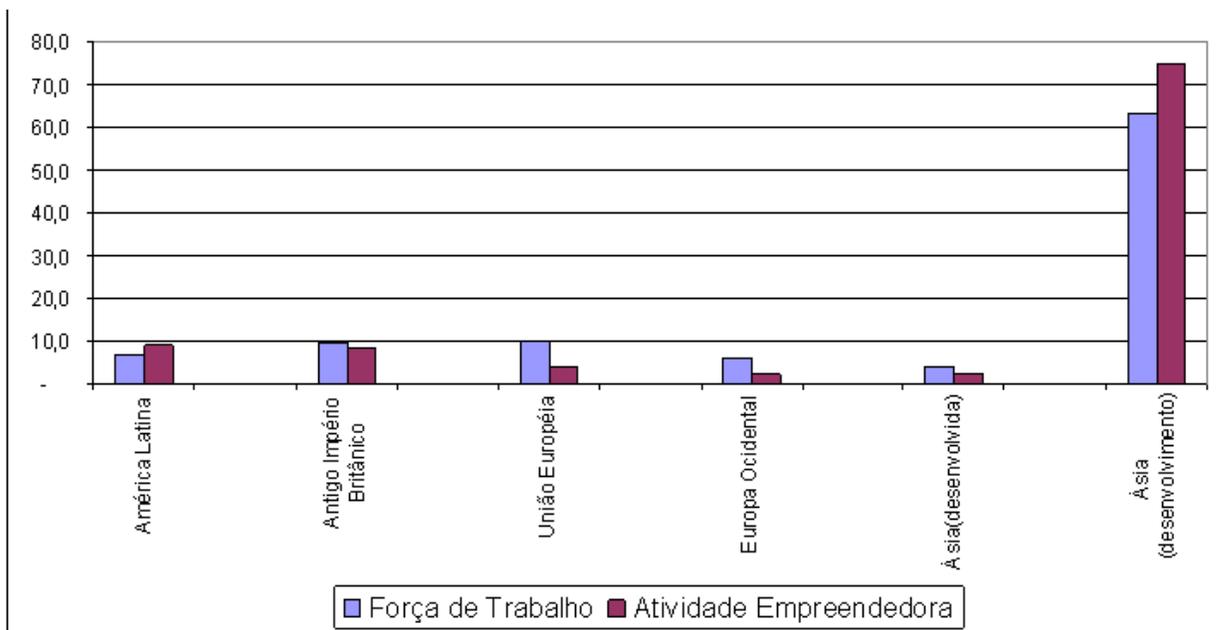


Gráfico 2 – Distribuição da atividade empreendedora total (TAE) e força de trabalho

Fonte: Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM, 2002

Outro fator que deve ser levado em consideração são as características comuns dos países quanto à definição de políticas voltadas ao empreendedorismo. O QUADRO 3 apresenta algumas características de países com rendas baixas e altas, e as TAEs mais elevadas. Isso indica que países com diferentes níveis de PIB *per capita* enfrentam desafios distintos, demonstrando que as condições e as políticas favoráveis a um país podem não ser efetivas ou favoráveis em outros.

Características	Renda Nacional e TAE	
	Baixa Renda e TAE Alta	Alta Renda e TAE Alta
Motivação para empreender	Alta proporção de empreendedores por necessidade	Empreendem principalmente por oportunidade.
Educação	Grande concentração de empreendedores com baixo nível educacional	Empreendedores com os melhores níveis educacionais do mundo
Tecnologia e inovação	Utilização de tecnologia antiga e pouca inovação	Melhores políticas de transferência de tecnologias
Capitalistas de risco	Não se sentem atraídos para investir.	A saúde da economia atrai capitalistas de risco.
Políticas de suporte ao empreendedorismo	Formuladores não se mostram interessados em dirigir programas para empreendimento de baixo valor agregado.	Mais propensas a apoiar o empreendedorismo dada a característica dos empreendimentos.

Quadro 3 – Características de alguns países, segundo a renda nacional e a TAE - 2004
 Fonte: GEM, 2004 – Executive Report

Conforme o GEM (2007), a atividade empreendedora mundial está intimamente ligada às características institucionais e demográficas, à cultura empreendedora e ao grau de bem-estar econômico. Ao se tratar das características institucionais, refere-se aqui à criação e ao desenvolvimento de instituições que regulam e facilitam a abertura de um novo negócio e permitem que ele cresça. As características demográficas exercem um papel importante. Países com população em idade avançada tendem a ter menos iniciativas empreendedoras em comparação com países com população mais jovens e crescentes.

A cultura empreendedora determina que o empreendedorismo está fortemente relacionado ao processo educacional, “Empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem” (DOLABELA, 1999a, p. 28). O grau de bem-estar econômico determina a existência de alternativas de emprego com pessoas bem remuneradas. Nessa situação, é comum encontrar uma economia com acesso à tecnologia avançada, o que contribui para uma economia empreendedora.

No próximo item, aborda-se o empreendedorismo no Brasil, para esclarecer a evolução da atividade empreendedora e a sua contribuição para o desenvolvimento do país.

2.8 O empreendedorismo no Brasil

A origem do empreendedorismo no Brasil deu-se com os conflitos entre a aristocracia cafeeira e o empresariado industrial, uma vez que os cafeicultores, apesar de entenderem a importância da industrialização, não concordavam com a proteção que a indústria nacional recebia do Estado, já que o empresariado industrial necessitava de apoio para a modernização do parque fabril. Pôde-se verificar que o grupo cafeeiro comercial e o grupo dos empresários industriais eram de origem étnica diferentes e socialmente separados. No entanto, eram grupos que detinham o sucesso econômico e possuíam características típicas do empreendedorismo, como capacidade de inovar, visão de futuro e sensibilidade estratégica (MARCOVITCH, 2003). A evolução empreendedora brasileira foi marcada por diferentes estágios e, de certa forma, definida por modelos de empresários, assim mencionado por Marcovitch (2003, p. 13):

Os Prado representam a transição entre o Brasil do café e o Brasil moderno; Matarazzo, o pioneirismo da grande indústria; Street, a consciência social; Feffer, a aposta na tecnologia; Jafet, a revolução do varejo; Simonsen, a preocupação com a macroeconomia.

Alguns autores ressaltam que, passados os anos, o empreendedorismo no Brasil foi se solidificando cada vez mais. Sua importância em nosso contexto socioeconômico é inegável, uma vez que o estímulo ao empreendedorismo contribui para a superação de problemas que afligem a nação brasileira, em especial no que diz respeito à geração de emprego e renda (BERNHOEFT, 1996; DOLABELA, 1999a; DORNELAS, 2001; MARCOVITCH, 2003).

Sakuda *et al* (2003, p. 2) expõem o empreendedorismo brasileiro da seguinte forma:

É bastante comum ouvir que “o Brasil é um país de oportunidades”, mas sabemos que a maioria das idéias de negócio acabam não constituindo-se em boas oportunidades de negócio. Os motivos são diversos: desde a falta de um estudo mais adequado por parte do empreendedor sobre a oportunidade quando esta se apresenta apenas em uma idéia até as condições macroeconômicas ao qual o país vem passando nestes últimos anos. Apenas uma parcela das empresas que exploram estas boas oportunidades desenvolve com sucesso.

Os estudos realizados pela pesquisa GEM (2004) têm mostrado que o empreendedorismo no Brasil ocorre tanto pelo fato de as pessoas se motivarem a aproveitar uma boa oportunidade de negócio como pela necessidade de sobrevivência dos indivíduos. As taxas de empreendedorismo no Brasil vêm-se mantendo altas. Estima-se que o Brasil tem em torno de 15 (quinze) milhões de empreendedores, atrás apenas dos EUA. Ainda segundo a pesquisa, os fatores que exercem maior influência sobre as altas taxas de empreendedorismo no Brasil são a cultura e a economia.

Conforme levantado por Chagas (2001), a evolução brasileira quanto à disseminação da cultura empreendedora na área universitária tem seu registro histórico discriminado no QUADRO 4.

Para Chagas (2001), o QUADRO 4 apresenta de forma cronológica o movimento do ensino universitário brasileiro voltado para o empreendedorismo, demonstrando o otimismo que governo e a iniciativa privada podem caminhar juntos.

O autor ainda aborda que a diferença entre os alunos que passaram por um ensino de empreendedorismo e aqueles que não tiveram essa oportunidade está no preparo de conhecer a si mesmos, suas características pessoais que irão refletir na sua empresa, aprendendo a utilizar ferramentas que ajudarão na diminuição dos riscos e nas análises para a tomada de decisão.

Períodos	Fatos ocorridos
1981	Introdução da disciplina “Novos Negócios” no curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG), na escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.
1984	Introdução da disciplina “Criação de Novos Negócios – Formação de empreendedores” no curso de graduação da escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.
1984	Introdução da disciplina “Criação de empresas” no curso de graduação em administração na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP).
1984	Introdução da disciplina “Criação de empresas” no curso de bacharelado em Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
1985	Introdução da disciplina “Criação de Empresas e Empreendimentos de Base Tecnológica”, no programa de Pós – Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP).
1990	Apoio do SEBRAE Minas Gerais na criação do GEPE – Grupo de Estudos da Pequena Empresa, uma parceria entre o Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG.
1992	Início do programa “Formação de Empreendedores”, uma parceria entre o SEBRAE – São Paulo e a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP).
1992	Criação do Programa Softex, pelo CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, cuja finalidade estava em estimular a exportação de <i>software</i> brasileiro.
1992	Criação da Escola de Novos Empreendedores pela Universidade Federal de Santa Catarina.
1992	Criação do CESAR – Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife, pelo Departamento de informática da Universidade Federal de Pernambuco (FACEPE), que objetivava ser um núcleo de apoio ao aproveitamento industrial dos resultados acadêmicos.
1993	Desenvolvimento da metodologia de ensino de empreendedorismo para ser oferecida no curso de graduação em Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais.
1995	Criação da pré-incubadora para projetos de exportação de <i>softwares</i> , pelo Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife – CESAR.
1995	Criação do CEFEL – Centro Empresarial de Formação Empreendedora de Itajubá, pela EFEI - Escola Federal de Engenharia de Itajubá, em Minas Gerais, tendo como meta inserir o ensino de empreendedorismo na EFEI.
1995	Em uma parceria entre SEBRAE – Distrito Federal e a Universidade de Brasília, inaugura-se a Escola de Empreendedores.
1997	A Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro inaugura o Instituto Gênesis para a Inovação e Ação Empreendedora.
1997	Surgimento do Programa REUNE – Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo, com a finalidade de disseminar o ensino empreendedor.
2008	Implantação e realização da semana global de empreendedorismo envolvendo 70 países com o objetivo de disseminar a cultura empreendedora entre os jovens – IBMEC São Paulo
2009	Introdução na UNIMONTES – Universidade Estadual de Montes Claros Minas Gerais em sua grade curricular da feira do empreendedorismo.

Quadro 4 - Histórico da disseminação da cultura empreendedora no Brasil

Fonte: CHAGAS, 2001, p. 87-90, adaptado pelo autor.

A pesquisa realizada pelo GEM (2006) identificou alguns pontos negativos que dificultam o fortalecimento do empreendedorismo no Brasil. Dentre eles destacam-se falta de uma política legislativa e tributária que incentive o ato de empreender; baixas taxas de inovação identificadas em empreendimentos brasileiros; baixo nível de exportação; elevado custo do capital, que dificulta a obtenção de crédito; e precários níveis educacionais, principalmente, quando o foco se trata de educação empreendedora e deficiência em infraestrutura.

2.8.1 Empreendedorismo em Minas Gerais

As micro e pequenas empresas se caracterizam por seu alto grau de natalidade, mobilidade e mortalidade, além de problemas relativos a gerenciamento, financiamento, comercialização, sistematização de informações, conhecimento de legislação, qualificação de recursos humanos e atualização tecnológica. Devido ao seu grande número e dispersão geográfica, mostram-se como unidades de difícil identificação e diagnóstico (SEBRAE-MG, 1995). Tais características salientam e demonstram o quanto é importante ter uma educação voltada para o empreendedorismo que possibilite propor e implementar ações que venham transformar esse cenário, tornando possível o fortalecimento e o amadurecimento do comportamento empresarial e, conseqüentemente, obter um desempenho significativo das micro e pequenas empresas.

De acordo com o SEBRAE-MG (1995), as micro e pequenas empresas nascem do esforço de seus proprietários. No caso da indústria, verificou-se que o empreendimento é consolidado por indivíduos que possuem conhecimentos técnicos e experiência específica como empregados em indústria do ramo e depois se instalam como empresários. Já no comércio e serviços, observou-se que os indivíduos que empreendem nesse setor fazem-no como alternativa de mudança de vida e/ou

perseguindo um sonho. O trabalho apontou como consequências dos abalos sofridos pelas micro e pequenas empresas não somente as decisões políticas e econômicas, mas também o despreparo dos empresários para fazerem uma leitura adequada do cenário e das diferentes conjunturas que possibilitassem a superação das condições adversas que os levassem à potencialização do crescimento de seus negócios.

Ainda conforme o SEBRAE-MG (1995), pode-se verificar também nesse estudo que no campo tecnológico a falta de vocação e disponibilidade para mudanças faz com que o empresário de micro e pequena empresas demonstre ter uma visão imediatista. A mudança vem acompanhada do medo, e esse resulta da fragilidade das empresas. A mudança, na visão dos empresários de micro e pequena empresa, pode representar um risco ameaçador para a sobrevivência da empresa ou, até mesmo, criar nele uma insegurança, ao constatar o atraso tecnológico e sua formação técnica superada. Na comercialização, o perfil apresentado foi o da conscientização que o empresário tem sobre bom atendimento ao cliente, oferecimento de produtos e serviços de boa qualidade, preço acessível e apresentação do produto.

Outra característica do perfil da micro e pequena empresa está na forma de administração e gerenciamento. Poucas são aquelas que realizam tarefas contábeis. As tarefas são divididas entre os membros da família ou do sócio, de acordo com suas afinidades. A tomada de decisão acontece com base na experiência, sem qualquer método, técnica ou sistema especial. É comum confundir problemas e necessidades da empresa com questões afetivas e de família, revelando o baixo nível de profissionalismo e de objetividade na adoção de decisões (SEBRAE-MG, 1995).

Tomando como base esse estudo realizado pelo SEBRAE-MG, que aponta o perfil da micro e pequena empresa, reforça-se a importância do aprendizado:

O aprendizado é, então, um processo fundamental para a construção de novas competências e obtenção de vantagens competitivas, o qual, pela repetição, experimentação, busca novas fontes de informação e outros mecanismos, capacita tecnologicamente as firmas e estimula a suas atividades produtivas e inovativas (CAMPOS *et al.*, 2003 p. 52).

A próxima seção trata da mortalidade das micro e pequenas empresas, tendo como uma das causas principais o despreparo do empresário na gestão do seu negócio.

2.9 As micro e pequenas empresas *versus* a mortalidade

No Brasil, as informações sobre as MPE ainda são pouco trabalhadas por órgãos oficiais, comparadas à importância desse segmento na economia brasileira. Em termos estatísticos, esse segmento empresarial representa 99,2% das empresas brasileiras, correspondendo a 4,633 milhões de empreendimentos. Respondem por 57,4% da mão de obra empregada formalmente e por 26,5% da massa salarial, enquanto as grandes empresas são responsáveis por 55,3%. Somam 10,3 milhões de empresas informais urbanas e envolvem 13,8 milhões de pessoas ocupadas em 4,1 milhões de estabelecimentos da agricultura familiar (NOVAS, 2007, p. 9).

Apesar de as micro e pequenas empresas terem grande importância para o cenário econômico nacional, por serem grandes geradoras de emprego e renda, ainda ocorre um alto índice de mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, conforme pesquisa realizada pelo SEBRAE (2004), demonstrando que cerca de 49,4% das MPE fecham suas portas com até dois anos de existência.

Diante da importância das MPE para a economia nacional e com o intuito de colaborar para a profissionalização da gestão dessas empresas, objetivando diminuir a taxa de mortalidade, o SEBRAE-MG, em 1994, inaugura a primeira escola de nível médio de formação gerencial de Belo Horizonte. Na próxima seção, apresenta-se o propósito dessa escola e sua relevância para a educação empreendedora.

De acordo com o SEBRAE (2007), dentre as dificuldades encontradas no gerenciamento das micro e pequenas empresas ativas, 66% referem-se às falhas

gerenciais, tais como problemas financeiros e na administração do capital de giro; falta de conhecimentos gerenciais; ponto e/ou local inadequado para funcionamento da empresa; desconhecimento do mercado; e qualidade do produto ou serviço. Do total das micro e pequenas empresas que encerram ou paralisam suas atividades, 72% têm como causa a falta de conhecimento da área de gestão. Dessas empresas extintas ou paralisadas, o perfil do empreendedor se caracteriza de acordo com o gênero: 72% masculino e 28% feminino; com média de idade na faixa dos 40,04 anos; e escolaridade 40% com nível superior incompleto e 36% com nível superior completo. O QUADRO 5 mostra as atividades exercidas pelos indivíduos antes de empreender.

Empresas extintas e/ou paralisadas	
Funcionário de empresa privada	32%
Autônomo	20%
Empresário	16%
Estudante	16%
Funcionário público	12%
Dona de casa	4%
Total	100%

Quadro 5 – Atividades exercidas pelo indivíduo antes de empreender
Fonte: SEBRAE-NA, 2007, p. 48, adaptado pelo autor.

O QUADRO 6 destaca os motivos que levaram os indivíduos a empreenderem, apesar de o negócio ter sido extinto e/ou paralisado.

Empresas extintas e/ou paralisadas	
Desejo de ter o próprio negócio	68%
Identificou uma oportunidade de negócio	44%
Para aumentar a renda / melhorar a vida	40%
Tinha capital disponível	24%
Tinha experiência anterior	20%
Tinha tempo disponível	16%
Estava desempregado	12%
Por influência de outras pessoas	8%
Aproveitou incentivos governamentais	4%

Quadro 6 – Motivos que levam o indivíduo a empreender
Fonte: SEBRAE-NA, 2007, p. 49, adaptado pelo autor.

No QUADRO 7, revela a experiência ou o conhecimento do indivíduo frente ao negócio escolhido para empreender.

Empresas extintas e/ou paralisadas	
Tinha experiência anterior	52%
Sócio/proprietário de outra empresa	20%
Funcionário de outra empresa	12%
Diretor/gerente de outra empresa	4%
Alguém na família que tinha negócio similar	4%
Trabalhava como autônomo no ramo	4%
Outra experiência	8%
Não tinha experiência anterior	48%
Total	100%

Quadro 7 – Experiência do indivíduo frente ao negócio.
 Fonte: SEBRAE-NA, 2007, p. 50, adaptado pelo autor.

Com base nessa pesquisa, pode-se constatar que a causa mais significativa de mortalidade das micro e pequenas empresas está na sua gestão. Isso vem reforçar a importância da educação empreendedora, com o intuito de minimizar os riscos de insucesso do negócio. As micro e pequenas empresas correspondem, muitas vezes, à principal base econômica dos municípios brasileiros.

3 A ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL DE BELO HORIZONTE

Conforme a Escola Técnica de Formação Gerencial (2008), o SEBRAE-MG tem a missão de apoiar o desenvolvimento e o crescimento das micro e pequenas empresas no estado de Minas Gerais. Para contribuir com essa missão e cumpri-la, decidiu investir na preparação de jovens, buscando formar uma geração de empreendedores. Na década de 1990, foi autorizado pelo Conselho Deliberativo do SEBRAE-MG o início de estudos para a implementação de uma escola de nível técnico que propiciasse aos jovens obter uma capacitação gerencial, inculcando valores éticos e de cidadania.

A escola que surge dessas premissas possui algumas intenções estratégicas:

1. promover o desenvolvimento socioeconômico de Minas Gerais;
2. promover o desenvolvimento de uma nova cultura gerencial, baseada em novos conhecimentos e habilidades gerenciais e no comportamento empreendedor, a ser difundido através da ação de jovens gerentes;
3. colaborar com a excelência empresarial, principalmente dos pequenos negócios;
4. desenvolver novas tecnologias gerenciais;
5. formar gerentes capazes de atuar eficazmente nas empresas;
6. desenvolver um novo modelo de excelência educacional na formação profissional, em nível do Ensino Médio e Pós-Médio. (ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL, 2008, p. 8)

Ainda conforme a Escola Técnica de Formação Gerencial (2008), em 1991 a direção do SEBRAE-MG estava certa de que a escola a ser implementada deveria preencher uma lacuna, que até o presente momento o sistema educacional brasileiro não havia alcançado: uma escola voltada para a formação de gerentes de nível técnico para micro e pequenas empresas.

O referencial que serviu como modelo para o projeto da ETFG-BH foi o austríaco. Por isso, foi elaborado um Acordo de Cooperação com o Ministério de Educação e Artes da Áustria, com o intuito de desenvolver um modelo de formação gerencial ajustado à realidade brasileira. No dia 22 de junho de 1993, o Conselho Deliberativo Nacional do SEBRAE aprova recursos para o início das obras de construção da ETFG-BH e assina

convênio garantindo a transferência de equipamentos e dando execução ao projeto para estabelecer um centro de treinamento em Minas. No dia 28 de julho de 1993, é lançada a pedra fundamental da ETFG-BH. Em outubro, firma-se um convênio entre SEBRAE-MG e o Pitágoras para operacionalizar a escola.

Logo em seguida, é realizado o processo de seleção dos primeiros 90 alunos. Esse processo de seleção contou com provas de português e matemática e entrevista. Buscava-se realizar a análise do perfil dos candidatos, tentando encontrar indivíduos motivados e criativos, características inerentes ao empreendedor e/ou gerentes. No dia 1º de fevereiro de 1994, começam as atividades da ETFG-BH, com um ano letivo composto de três turmas com trinta alunos cada.

A escola tem como objetivo preparar o indivíduo para ser um profissional que exerça sua cidadania e autonomia e que não seja um simples executor de tarefas. Com base nessa premissa, o educando constrói conhecimentos:

Na ETFG, o educando é visto como aquele que constrói novos conhecimentos a partir de uma interação mediada por várias relações, isto é, ele aprende, junto com outro, o que seu grupo social produz.

A ETFG, preocupada em preparar cidadãos empreendedores competentes, sujeitos críticos, possuidores de valores éticos e políticos, envolvidos com a melhoria da sociedade, busca referências que auxiliem nesta tarefa. Por cidadão empreendedor compreende-se a pessoa que, além da consciência dos seus direitos, deveres e papel social, tem uma atitude pessoal de inquietação, ousadia e pró-atividade na relação com o mundo, que favorece a interferência criativa e realizadora, no meio, em busca de ganhos econômicos e sociais (Escola Técnica de Formação Gerencial, 2008. p. 11).

Ainda para a ETFG-BH (2008), o Projeto Pedagógico tem a preocupação de aproximar o meio acadêmico e a comunidade empresarial e preparar seus alunos para ingressarem no cenário econômico nacional e internacional.

Ao concluir o curso, o aluno estará preparado para empreender ou intraempreender e atuar em uma economia globalizada. A ETFG-BH utiliza-se também de uma ferramenta denominada “empresa simulada”, um avançado sistema que permite o treinamento dos alunos para enfrentar em situações reais os desafios da administração de uma micro ou

pequena empresa. Essa ferramenta possibilita aos alunos a vivência dos desafios a que as empresas estão sujeitas a experimentar no seu dia a dia. O aluno é estimulado a colocar em prática suas habilidades empreendedoras, assimilando e praticando seus conhecimentos na condução e gerenciamento da empresa simulada, uma vez que essas funcionam dentro das escolas interligadas via *internet*, fax e telefone, e reproduzem com dados reais a vida cotidiana dessas empresas.

É interessante notar que as empresas simuladas têm os professores como sócios. Os alunos representam os gerentes ou funcionários dos mais variados setores e são estimulados a fazerem um rodízio. Essa experiência didática permite observar os alunos na prática e o modo como eles trabalham com os procedimentos gerenciais, como contabilidade, operações de compra e venda, investimentos em tecnologia, aspectos legais e tributários, administração de seres humanos, relações trabalhistas, pesquisas de mercado e outros processos que são habituais nas empresas.

No sistema de formação gerencial SEBRAE Minas, a qualidade das relações educacionais é um diferencial importante, aqui, o aluno é estimulado para a iniciativa e a participação. Ele é o sujeito, e não o objeto do processo de aprendizagem (ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL, [2002?], p. 9).

A ETFG-BH é uma escola em sintonia com a educação do século XXI e trabalha com os pilares do conhecimento: o aprender a conhecer, o aprender a fazer, o aprender a conviver e o aprender ser.

A próxima seção aborda as questões metodológicas que norteiam o projeto de dissertação.

4 METODOLOGIA

De acordo com Demo (1987), a ciência requer atrair e forjar a realidade como ela é. A metodologia é a técnica a ser adotada para se chegar a isso. Complementa, ainda, que no campo do conhecimento o importante é a pesquisa, consistindo o método no instrumento utilizado para se chegar lá. O autor define pesquisa como uma ação científica pela qual se decifra a realidade. Tal observação vem reafirmar que a ciência nos ensina a realidade e é uma fonte inesgotável de conhecimento.

A metodologia científica, conforme argumenta Vergara (2003), deve possuir uma forma, um caminho e uma lógica de pensamento. Gil (1991) complementa afirmando que o objetivo fundamental da ciência é chegar à veracidade dos fatos e que a utilização do método científico estabelece o conjunto de procedimentos técnicos e intelectuais para se chegar a esse conhecimento.

Para Lakatos e Marconi (2001, p. 83) explicam:

Todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos; em contrapartida, nem todos os ramos de estudo que empregam estes métodos são ciências. Dessas afirmações podemos concluir que a utilização de métodos científicos não é da alçada exclusiva da ciência, mas não há ciência sem o emprego de métodos científicos.

Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros –, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Conforme Cervo e Bervian (2002, p. 63), “a pesquisa é uma atividade voltada para a solução de problemas teóricos ou práticos com o emprego de processos científicos”. A pesquisa parte de um problema e, por meio do método científico, procura uma resposta ou solução. A metodologia, portanto, torna-se um procedimento racional, sistemático e ordenado, que possibilita ao pesquisador, no desenvolvimento de seus estudos, atingir os objetivos propostos na pesquisa de maneira segura (LAKATOS e MARCONI, 2001).

Atentando para a importância desses fatos, deseja-se neste capítulo expor o processo de pesquisa e a metodologia utilizada para a realização do estudo: o método de pesquisa, as unidades de análise e os sujeitos pesquisados, o instrumento de coleta de dados e o tratamento dos dados levantados.

4.1 Processo de pesquisa

De acordo com Cooper e Schindler (2003), todo o processo de pesquisa deve ser sequencial e envolver diversos passos claramente definidos. Na FIG. 1, verifica-se a modelagem dessa sequência, começando por definir o problema, para logo em seguida apresentar o planejamento de pesquisa, o planejamento da coleta de dados, a definição da amostragem, a análise, a interpretação e o relatório.

A FIG. 1 serve como orientação para o pesquisador, pois demonstra como é essencial a formulação do problema sua origem, seleção, declaração, exploração e refinamento. Feito isso, inicia-se a fase do planejamento da pesquisa (tipo, propósito, tempo previsto, escopo e ambiente), para, posteriormente, coletar os dados, realizar suas análises e descrever o relatório final.

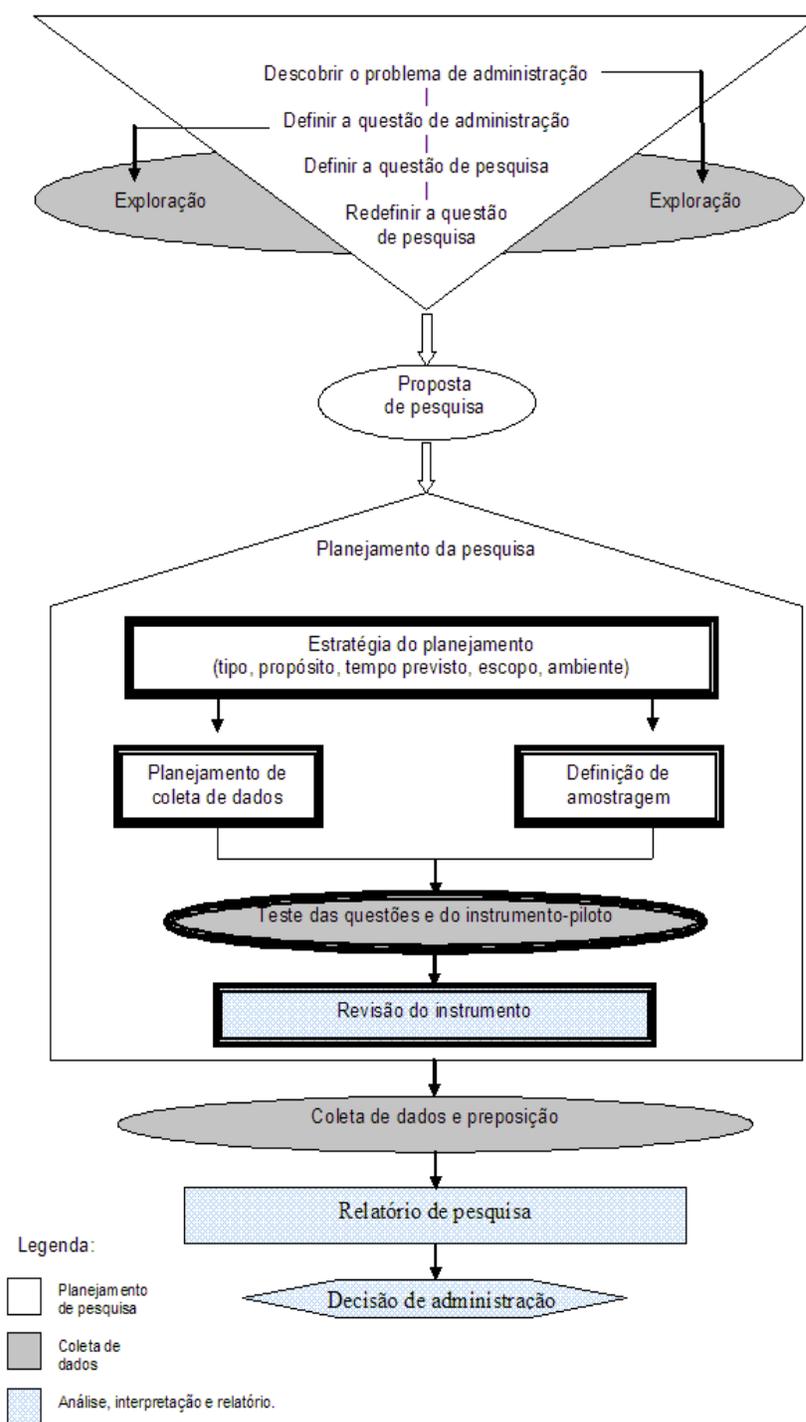


Figura 1 - O processo de pesquisa
 Fonte: Cooper e Schindler (2003, p. 69)

Seguindo essa mesma linha, Collis e Hussey (2005); Hair *et al* (2005) ressaltam a importância de estabelecer o processo de pesquisa como forma de organizar sua linha de trabalho. Estabelecem que os estágios a serem percorridos são definidos como a identificação do interesse da pesquisa, definição do problema, determinação de como realizar a pesquisa, coleta dos dados, análise e interpretação dos dados coletados e conclusão da pesquisa.

4.2 O método de pesquisa

O método de pesquisa utilizado neste trabalho foi baseado em estudo de caso quantitativo com característica descritiva, objetivando comparar a percepção do aluno calouro com a do aluno formando quanto a sua formação empreendedora proporcionada pela ETFG-BH. Essa instituição de ensino foi criada com o propósito de preparar jovens para serem empreendedores e/ou intraempreendedores.

Escolheu-se o estudo de caso pois, de acordo com Yin (2005, p. 19), os

[...] estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.

Para Yin (2005), o estudo de caso pode ser considerado como uma estratégia de pesquisa para examinar acontecimentos contemporâneos, facilitando a compreensão e o discernimento dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo. A pesquisa de estudo de caso pode abranger casos únicos ou múltiplos. Entende-se por caso único quando a unidade de análise a ser estudada refere-se a um caso específico. Já os casos múltiplos tratam de examinar com minúcia mais de uma unidade de análise, firmando uma conexão ou comparação entre elas. Este estudo se identifica como estudo de caso único, já que é realizado em apenas uma unidade de análise, a Escola Técnica de Formação Gerencial do município de Belo Horizonte.

O estudo de caso único fundamenta-se “quando ele representa o *caso decisivo* ao testar uma teoria bem-formulada”. Além disso, “deve existir um caso único que satisfaça todas as condições para testar a teoria” (YIN, 2005, p. 62). No caso desta pesquisa, os dados serão colhidos por meio de um questionário fechado.

Um estudo de caráter descritivo, conforme argumenta Cervo e Bervian (2002), é aquela pesquisa caracterizada pela observação, registro, análise e correlação dos fatos, procurando identificar, com o maior rigor possível, a frequência com que tais fatos ocorrem, sua relação e ligação com outros fatos, sua natureza e características. Gil (1991) explica que as pesquisas descritivas são utilizadas por pesquisadores preocupados com a atuação prática, muito utilizada em instituições educacionais. Para Malhotra (2001), uma das razões para realizar a pesquisa descritiva está no fato de o pesquisador querer determinar percepções de características de produtos e/ou serviços.

A pesquisa é quantitativa, segundo menciona Diehl (2004), quando emprega procedimentos estatísticos para a interpretação dos dados. Conforme Richardson (1999), a utilização do método quantitativo possibilita ao pesquisador maior segurança no sentido de impedir que ocorram distorções na análise e interpretação dos dados, assegurando a exatidão e estabelecendo maior confiança na conclusão dos resultados. Cervo e Bervian (2002) concluem que o instrumento mais adequado e usado para coletar dados de natureza quantitativa é o questionário, pois permite medir com precisão o que se quer saber. Para esses autores, o questionário é a ferramenta que detém um conjunto de questões coerentes com o problema principal.

O questionário como técnica de pesquisa permite atingir um grande número de pessoas em um espaço curto de tempo. O questionário pode ser formatado da seguinte forma: quando elaborado somente com perguntas fechadas, será denominado “questionário estruturado”; utilizando somente perguntas abertas, “questionário não estruturado”, e quando utilizar perguntas abertas e fechadas, “questionário semiestruturado” (CERVO e BERVIAN, 2002).

O instrumento que foi aplicado neste estudo é um questionário constituído essencialmente de perguntas fechadas, dividido em duas fases. A primeira fase tem por objetivo identificar a caracterização dos alunos. A segunda fase buscar efetuar a análise escolar da ETFG-BH visando proporcionar a confrontação de percepção entre alunos calouros e alunos formandos.

A descrição do fenômeno considerado no estudo foi apoiado na utilização de procedimentos estatísticos univariados, análise essa indicada para caso de variáveis independentes entre si, quando é possível interpretar um fenômeno complexo por meio do comportamento de poucas variáveis que não estabelecem relações mútuas (HAIR *et al.*, 2005). Segundo Malhotra (2001), aplicam-se as técnicas univariadas quando em cada elemento da amostra existe uma única medida ou se houver várias medidas de cada elemento. Nesses casos, cada variável é estudada isoladamente.

4.3 Unidade de análise e sujeitos pesquisados

Nesta pesquisa, como unidade de análise tem-se a ETFG-BH e quanto aos sujeitos da pesquisa, os seus alunos. Constituem foco da pesquisa os calouros e veteranos do ano de 2009.

Escolheu-se essa escola pelo desafio educacional ao qual se propôs, isto é: desenvolver e aprimorar a visão empreendedora de seus alunos, uma vez que em todos os campos do conhecimento humano as oportunidades estão-se modificando rapidamente, dando início a carreiras e profissões até então desconhecidas e a oportunidades novas no mercado. Um grande desafio educacional atual consiste em possibilitar ao aluno a iniciação no mundo dos negócios, posto que em qualquer profissão ele necessitará de uma visão empreendedora.

A escola foi inaugurada em 1994, em Belo Horizonte. Foi uma experiência pioneira nas três Américas em termos de ensino médio técnico. Harmonizando teoria e prática em um conjunto de disciplinas e atividades integradas, o curso forma técnicos em Administração. Seu currículo, além de conter as matérias básicas do ensino médio, possibilita uma sólida formação técnico-administrativa, conhecimento das áreas de ciências humanas e sociais, e domínio de duas línguas estrangeiras: inglês e espanhol.

No sistema de formação gerencial, a qualidade das relações educacionais é um diferencial importante. O aluno é estimulado à iniciativa e à participação. Ele é o sujeito, e não o objeto do processo de aprendizagem. O projeto pedagógico da ETFG-BH inscreve-se no contexto de modernização da sociedade, buscando diminuir a distância entre a teoria acadêmica e a prática do mercado de trabalho, promovendo a integração entre a escola e comunidade empresarial.

4.4 População e amostra

A ETFG-BH possuía 443 alunos, destes a população a ser estudada foi composta por, 313 alunos, dos quais 175 são alunos ingressantes no ano de 2009, enquanto 138 alunos estão se formando ao final do ano de 2009. Neste estudo, não se trabalhará com amostra, uma vez que todos os alunos do primeiro e do último ano vão ser pesquisados, buscando atender aos objetivos geral e específicos propostos neste estudo.

4.5 O instrumento de coleta de dados

O questionário foi o instrumento de pesquisa utilizado para a coleta de dados. De acordo com Gil (1991), o questionário torna possível alcançar um grande número de indivíduos simultaneamente, mesmo que esses estejam espalhados geograficamente, uma vez que pode ser enviado pelo correio; tem gastos menores, porque não é necessário o treinamento de pessoas na sua aplicação; certifica o anonimato; dá liberdade para as pessoas responderem quando acharem cômodo; e não põe à vista os pesquisados à influência de opiniões.

O questionário foi dividido em duas partes. A primeira contém a caracterização dos respondentes e a segunda usa uma escala *likert*.

[...] Likert propôs uma escala de cinco pontos com um ponto médio para registro da manifestação de situação intermediária, de indiferença ou de nulidade, do tipo “ótimo”, “bom”, “regular”, “ruim”, “péssimo”. Essa escala tornou-se um paradigma da mensuração qualitativa e desde então tem sido largamente aplicada, quer na forma original, quer em adaptações para diferentes objetos de estudo (PEREIRA, 2004, p. 64-65).

Ainda segundo Pereira (2004), o sucesso da escala de *Likert* está no fato de compreender em profundidade as impressões no que concerne à recuperação de conceitos aristotélicos da manifestação de qualidades, e de constatar a oposição entre contrários, a gradiente e situação intermediária.

Para Malhotra (2001), quanto maior o número de categorias de uma escala mais completa será a discriminação dos dados, proporcionando maior qualidade. O autor propõe um número entre cinco e nove categorias, não existindo o número ótimo único de categorias. A preferência na pesquisa foi por uma escala de cinco pontos, visando sempre facilitar o entendimento dos respondentes.

4.6 Tratamento dos dados

Os questionários foram armazenados em uma base de dados e receberão um tratamento utilizando o programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 13.0.

O tratamento dos dados da pesquisa foi com base nas técnicas e no procedimento estatístico univariado. Segundo Gil (1991), a estatística univariada é um procedimento que possibilita o tratamento dos dados, buscando sua interpretação e conclusão de forma a validar e dar significado aos dados coletados, estabelecendo por meio de representações como quadros, diagramas e figuras, a síntese das informações obtidas e confrontadas.

5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

A população da ETFG-BH é composta por, atualmente, 313 alunos do primeiro e do terceiro ano, dos quais 175 são ingressantes no ano de 2009, enquanto 138 estão se formando ao final do ano de 2009. Deste total obteve-se a devolução do questionário preenchido e validado de 168 alunos do primeiro ano, ou 96% e 115 alunos do 3º ano, ou 83,33%.

O questionário aplicado dentro da ETFG-BH foi dividido em duas fases. A primeira retrata a caracterização do aluno e a segunda faz um levantamento detalhado da análise escolar.

5.1 Fase I : Os dados tabulados e analisados quanto a caracterização do aluno

Esta fase é relevante para a análise dos dados, pois pretende mostrar o perfil do aluno da ETFG-BH e as informações sócioeconômicas, incluindo a situação familiar e a região de onde procedem. Estes dados foram levantados e são apresentados da TAB. 5 até a TAB. 17.

Tabela 5 - A estratificação dos alunos da ETFG-BH do 1º e do 3º ano de 2009

Série do aluno	Número de alunos	Percentual
1º ano	168	59,4
3º ano	115	40,6
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Verifica-se pela TAB. 5 que dos 283 alunos que responderam ao questionário 59,4% cursam o primeiro ano e 40,6%, o último ano. Se a entrada de alunos da escola

permanece constante, de acordo com o número de vagas oferecidas, pode-se inferir que a evasão, reprovação e omissão em responder o questionário assumem taxa estimada em 26,81%.

Tabela 6 – Quanto ao gênero, alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Aluno	Número de alunos	Percentual
Masculino	150	53,0
Feminino	133	47,0
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

A TAB. 6 mostra que há um ligeiro predomínio do gênero masculino: 53,0% contra 47,0. É interessante notar que a presença feminina é significativa, entre os respondentes, em se tratando de uma escola de nível técnico voltada para o ensino do empreendedorismo.

Tabela 7 – Faixa etária, alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Faixa Etária	Número de alunos	Percentual
de 13 à 15 anos	27	9,5
de 15,1 à 17 anos	167	59,0
de 17,1 à 20 anos	89	31,5
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Os alunos situados na faixa etária entre 15,1 e 17 anos são a maioria, representando 59,0% do total do 1º e do 3º ano, em seguida, aparecem com 31,5% os alunos com idade de 17,1 a 20 anos, conforme demonstrado na TAB. 7.

Tabela 8 – Naturalidade: alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Naturalidade	Nº de alunos	%
Belo Horizonte	237	83,7
Grande Belo Horizonte	13	4,5
Região Sul de MG	3	1,1
Região Norte de MG	3	1,1
Região Centro-Oeste de MG	7	2,5
Região Leste de MG	2	0,7
Outros estados	18	6,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Os dados indicados na TAB. 8 revelam que a maioria dos estudantes da ETFG-BH que estão cursando o 1º e o 3º ano é natural de Belo Horizonte, o que corresponde a 83,7% do total. Se incluir o número de alunos pertencentes à Região Metropolitana de BH pode-se alcançar um índice de quase 90% dos alunos.

Tabela 9 – Nível de escolaridade do pai dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Nível de Escolaridade do Pai	Quantidade	%
Ensino fundamental incompleto após 4ª série	1	0,4
Ensino fundamental completo	4	1,4
Ensino médio incompleto	10	3,5
Ensino médio completo	37	13,1
Superior incompleto	17	6,0
Superior completo	192	67,8
Desconheço	22	7,8
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

É representativo a escolaridade do pai do aluno com nível superior completo, com 67,8%, segundo discriminado na TAB. 9, o que pode ser um fator de estímulo e poderia ser alvo de novas pesquisas.

Tabela 10 – Nível de escolaridade da mãe dos alunos do 1º e 3º ano da ETFG-BH

Nível de Escolaridade do Pai	Quantidade	%
Ensino fundamental incompleto após 4ª série	1	0,4
Ensino fundamental completo	1	0,4
Ensino médio incompleto	6	2,1
Ensino médio completo	39	13,7
Superior incompleto	16	5,7
Superior completo	207	73,1
Desconheço	13	4,6
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

É representativa a escolaridade da mãe do aluno com nível superior completo, com 73,1%, segundo discriminado na TAB. 10. Em comparação com os pais, o número de mães com nível de escolaridade superior é maior. Isso fica claro quando se comparam os dados apontados na TAB. 9 com os da TAB. 10, o que indica um fator diferente do que é esperado na população brasileira.

Tabela 11 – Situação familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Situação familiar	Quantidade	%
Pais vivos	268	94,6
Pai falecido	10	3,5
Mãe falecida	1	0,4
Pais falecidos	1	0,4
Situação paterna desconhecida	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

A situação familiar da maioria dos alunos do 1º e do 3º ano é composta por pais vivos, com um percentual de 94,6% (TAB. 11).

Tabela 12 – Número de pessoas que moram com o aluno do 1º e 3º ano da ETFG-BH

Nº de pessoas que moram com o aluno	Quant.	%
1	17	6
2	52	18,4
3	105	37,1
4	75	26,5
5	24	8,5
Mais que 5	9	3,1
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Os percentuais mais significativos apontados pela TAB. 12, quanto ao número de pessoas que moram com o aluno, destacam que 37,1% moram com três pessoas em sua residência; 26,5% com 4 pessoas; e 18,4% com 2 pessoas. É notório que os valores mais expressivos advêm de famílias com número reduzido de pessoas.

Tabela 13 – Conclusão do primeiro grau do aluno do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Concluiu o primeiro grau em?	Quantidade	%
Integralmente em escola pública	2	0,7
Integralmente em escola particular	259	91,5
Maior parte em escola pública	2	0,7
Maior parte em escola particular	18	6,4
NR	2	0,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

A comparação de alunos que vieram da rede particular com os oriundos da rede pública é bem destacada na TAB.13. Os índices apresentados são destoantes. Percebe-se que

a maioria dos alunos concluiu integralmente o ensino fundamental em escola particular (91,5%), enquanto que apenas 0,7% concluíram integralmente em escola pública. Como a mensalidade da escola ETFG é de aproximadamente R\$ 820,00 (oitocentos e vinte reais) este é um cenário esperado.

Tabela 14 – Os alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH moram em residência

O aluno mora em residência	Nº de alunos	Percentual
Própria	248	87,6
Alugada	35	12,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Os dados registrados na TAB. 14 sugerem uma boa condição financeira dos pais, pois 87,6% moram em residência própria.

Tabela 15 – Renda familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Renda familiar	Quantidade	%
até 01 salário mínimo	2	0,7
até 03 salários mínimos	1	0,4
até 05 salários mínimos	22	7,7
até 10 salários mínimos	36	12,7
acima de 10 salários mínimos	219	77,4
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Os dados revelam que 77,4 % da renda familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH é composta acima de 10 salários mínimos (TAB. 15). Este dado, analisado juntamente com os apontados na TAB. 14, reforçam a idéia de que as famílias destes alunos possuem uma condição financeira bem satisfatória.

Tabela 16 – Número de pessoas que contribuem para a Renda familiar dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Número de pessoas	Quantidade	%
Uma	70	24,7
Duas	179	63,3
Três	26	9,2
Quatro	6	2,1
Cinco	2	0,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

Observa-se que a maior contribuição da renda familiar das pessoas que moram com o aluno vem de duas pessoas, representando 63,3% (TAB. 16), seguindo-se a renda proveniente de apenas uma pessoa, 24,7%. Este dado reflete consonância com o que foi apontado na TAB. 12, família com número reduzido de pessoas.

Nota-se que as informações fornecidas pelas TAB. 12, 13, 14, 15 e 16 mostram que o perfil do aluno da ETFG-BH é oriundo das classes A e B, número que pode ser considerado reduzido de pessoas na família, procedentes de escolas particulares e pais com boas condições financeiras.

Tabela 17 – Região de Belo Horizonte que mora os alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH

Região de Belo Horizonte que mora	Quantidade	%
Zona Norte	38	13,4
Zona Sul	87	30,6
Zona Leste	35	12,4
Zona Oeste	106	37,5
Moro na Grande BH	16	5,7
Outras cidades	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, caracterização dos alunos

As regiões de Belo Horizonte em que o aluno reside podem ser divididos em dois blocos significativos, de acordo com a TAB. 17. No primeiro, percebe-se uma concentração de moradias na região Oeste (37,5%), seguida pela Sul (30,6%). O segundo bloco se destaca pela região Norte (13,4%) e, logo em seguida, a Leste com (12,4%).

5.2 Fase II: Os dados tabulados e analisados quanto à análise escolar

Esta fase é importante, uma vez que visa expor as razões e/ou motivos que levaram os alunos a escolher uma escola de nível médio profissionalizante com foco no trabalho das características empreendedoras e no ensino do empreendedorismo. Também verifica como a ETFG-BH vem contribuindo para a formação do aluno e mostra na percepção do aluno, como esta aprendizagem esta sendo assimilada.

Na TAB. 18 à TAB. 39, apresentam-se os dados referente aos motivos que levaram os alunos do 1º e do 3º ano a escolherem a ETFG-BH.

Tabela 18 – Escolhi a ETFG-BH porque é perto da minha casa

Perto da minha casa	Quantidade	%
Nenhum	169	58,7
Nenhum / parcialmente	31	11,0
Parcialmente	46	16,2
Parcialmente / totalmente	13	4,6
Totalmente	23	8,1
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Verifica-se na TAB. 18 que 70,7% dos 283 alunos afirmam que morar perto da escola não foi fator preponderante por terem escolhido a ETFG-BH. Somente 8,1% consideram muito importante residir perto da escola.

Tabela 19 – Escolhi a ETFG-BH porque tem boa localização

Tem boa localização	Quantidade	%
Nenhum	126	44,5
Nenhum / parcialmente	65	23,0
Parcialmente	61	21,6
Parcialmente / totalmente	17	6,0
Totalmente	13	4,5
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Quanto à decisão do aluno de escolher a ETFG-BH pelo fato de a escola ser bem localizada, ficou demonstrado na TAB. 19 que 191 dos 283 alunos, ou 67,49%, não escolheram estudar na escola por ela ter boa localização. Somente 4,5% do total dos alunos definiram por este quesito.

Tabela 20 – Escolhi a ETFG-BH porque gera *status* social

Gera <i>status</i> social	Quantidade	%
Nenhum	61	21,6
Nenhum / parcialmente	37	13,1
Parcialmente	74	26,1
Parcialmente / totalmente	53	18,7
Totalmente	56	19,8
NR	2	0,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 20 revela a existência de uma proximidade entre alunos que definiram por estudar na ETFG-BH devido ao *status* proporcionado pela escola, 19,8%, contra 21,6% do total de alunos que não consideram importante a sua escolha estar vinculada a este *status*.

Tabela 21 – Escolhi a ETFG-BH porque é a escola do futuro

É a escola do futuro	Quantidade	%
Nenhum	9	3,2
Nenhum / parcialmente	21	7,4
Parcialmente	58	20,5
Parcialmente / totalmente	76	26,9
Totalmente	113	39,9
NR	6	2,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Foi relevante o número de alunos que consideraram a ETFG-BH como sendo a escola do futuro. Dos 283 alunos, 189, ou 66,8% (TAB. 21), decidiram estudar na ETFG-BH pelo fato de reconhecerem esta escola como tendo uma proposta futurista.

Tabela 22 – Escolhi a ETFG-BH porque é mais fácil que as outras escolas

É mais fácil que as outras escolas	Quantidade	%
Nenhum	172	60,8
Nenhum / parcialmente	55	19,4
Parcialmente	37	13,1
Parcialmente / totalmente	10	3,5
Totalmente	9	3,2
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A maioria dos alunos da ETFG-BH do 1º e do 3º ano, cerca de 227, ou 80,2%, conforme demonstra a TAB. 22, não escolheram estudar na escola pelo fato de ela ser mais fácil que as outras. Existem relatos de alunos no questionário que apontam como rigoroso o processo de seleção da escola e as atividades em classe e extraclasse.

Tabela 23 – Escolhi a ETFG-BH porque tem boa reputação na cidade

Tem boa reputação na cidade	Quantidade	%
Nenhum	21	7,4
Nenhum / parcialmente	19	6,7
Parcialmente	61	21,6
Parcialmente / totalmente	96	33,9
Totalmente	85	30,0
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

De acordo com a TAB. 23, é expressivo o número de alunos que decidiram estudar na ETFG-BH pelo fato de a escola possuir uma boa reputação na sociedade e no meio acadêmico. Verifica-se, por meio da soma dos indicadores 4 e 5, que dos 283 alunos do 1º e do 3º ano 181 (63,9%) consideram relevante estudar em uma escola de renome.

Tabela 24 – Escolhi a ETFG-BH porque fui influenciado por amigos

Fui influenciado por amigos	Quantidade	%
Nenhum	112	39,6
Nenhum / parcialmente	48	17,0
Parcialmente	51	18,0
Parcialmente / totalmente	44	15,5
Totalmente	25	8,8
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 24 mostra que dos 283 alunos da ETFG-BH 160 (56,6%, somatório dos itens 1 e 2) não se sentiram influenciados por amigos quando optaram em estudar nesta escola.

Tabela 25 – Escolhi a ETFG-BH porque sempre quis estudar nesta escola

Sempre quis estudar nesta escola	Quantidade	%
Nenhum	79	27,9
Nenhum / parcialmente	60	21,2
Parcialmente	63	22,3
Parcialmente / totalmente	33	11,6
Totalmente	48	17,0
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Segundo a TAB. 25, há uma tendência dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH, (somatório dos itens 1 e 2) de afirmarem que não foi uma escolha preconcebida estudar nesta escola (49,1%). Isso sugere que podem existir outros fatores relevantes que os fizeram optar por esta instituição de ensino.

Tabela 26 – Escolhi a ETFG-BH porque fui influenciado pelos meus pais

Fui influenciado pelos meus pais	Quantidade	%
Nenhum	92	32,5
Nenhum / parcialmente	39	13,8
Parcialmente	57	20,1
Parcialmente / totalmente	50	17,7
Totalmente	42	14,8
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Há uma ligeira tendência dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH de não se sentirem influenciados por seus pais, ao definir por estudar nesta escola. A TAB. 26 mostra que 46,3% (somatórios dos itens 1 e 2) dos 283 alunos manifestaram que não existe uma ascendência dos pais na decisão destes alunos.

Tabela 27 – Escolhi a ETFG-BH porque prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio

Prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio	Quant.	%
Nenhum	5	1,8
Nenhum / parcialmente	8	2,8
Parcialmente	30	10,6
Parcialmente / totalmente	67	23,7
Totalmente	173	61,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

É forte o predomínio dos alunos do 1º e do 3º ano que optaram por estudar na ETFG-BH pelo fato de esta instituição de ensino preparar o jovem para ser dono do seu próprio negócio. Observa-se na TAB. 27 que 84,8% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos escolheram esta instituição de ensino por este fator.

Tabela 28 – Escolhi a ETFG-BH porque gera boa colocação e salário atraente

Gera boa colocação e salário atraente	Quantidade	%
Nenhum	18	6,4
Nenhum / parcialmente	28	9,8
Parcialmente	47	16,6
Parcialmente / totalmente	95	33,6
Totalmente	92	32,5
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 28 mostra que 66,1% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos do 1º e do 3º ano escolheram estudar na ETFG-BH, porque a aprendizagem proporcionada por esta escola, no entender do estudante, possibilita uma boa colocação no mercado de trabalho, com salários atraentes.

Tabela 29 – Escolhi a ETFG-BH porque garante uma boa formação

Garante uma boa formação	Quantidade	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	8	2,7
Parcialmente	26	9,2
Parcialmente / totalmente	66	23,3
Totalmente	179	63,3
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Do universo pesquisado, percebe-se pela TAB. 29, que 63,3% dos alunos escolheram cursar o ensino médio na ETFG-BH por reconhecerem que esta escola garante uma boa formação.

Tabela 30 – Escolhi a ETFG-BH porque é fácil entrar / ser selecionado

É fácil entrar / ser selecionado	Quantidade	%
Nenhum	129	45,6
Nenhum / parcialmente	63	22,3
Parcialmente	58	20,5
Parcialmente / totalmente	18	6,4
Totalmente	15	5,2
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Dentre os alunos que estão cursando o 1º e o 3º da ETFG-BH, a TAB. 30 registra que 67,9% (somatório dos itens 1 e 2) dos 283 alunos não escolheram a escola por possuir um processo de seleção fácil. Dados levantados pela Direção da escola apontam que hoje o processo de seleção gira em torno de cinco candidatos por vaga.

Tabela 31 – Escolhi a ETFG-BH porque o aprendizado contribui para o meu desenvolvimento pessoal

O aprendizado contribui para o meu desenvolvimento pessoal	Quant.	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	5	1,7
Parcialmente	18	6,4
Parcialmente / totalmente	66	23,3
Totalmente	191	67,5
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

É inegável que um dos pontos que influenciaram a decisão dos alunos de escolher a ETFG-BH foi a contribuição que o aprendizado desta escola proporciona, contribuindo para o desenvolvimento pessoal do estudante. A confirmação é apresentada pela TAB. 31, a qual demonstra que 90,8% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos fizeram a escolha pela escola em razão do quanto eles podem se desenvolver pessoalmente.

Tabela 32 – Escolhi a ETFG-BH porque tem currículo voltado para as necessidades do mercado

Tem currículo voltado para as necessidades do mercado	Quant.	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	4	1,4
Parcialmente	26	9,2
Parcialmente / totalmente	60	21,2
Totalmente	190	67,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Destaca-se na TAB. 32 o número significativo de alunos - 88,3% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 estudantes - que consideram as matérias constantes no curso da ETFG-BH apropriada para as necessidades do mercado.

Tabela 33 – Escolhi a ETFG-BH porque quero prestígio profissional no mercado de trabalho

Quero prestígio profissional no mercado de trabalho	Quant.	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	5	1,7
Parcialmente	26	9,2
Parcialmente / totalmente	66	23,3
Totalmente	183	64,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 33 mostra que 64,7% dos alunos do 1º e do 3º ano consideram que o ensino propiciado pela ETFG-BH possibilita ao estudante a aquisição de prestígio no mercado de trabalho.

Tabela 34 – Escolhi a ETFG-BH porque posso seguir uma carreira universitária

Posso seguir uma carreira universitária	Quantidade	%
Nenhum	25	8,8
Nenhum / parcialmente	40	14,1
Parcialmente	81	28,6
Parcialmente / totalmente	60	21,3
Totalmente	74	26,1
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 34 revela que apenas 47,4% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH acreditam poder seguir uma carreira universitária. Este dado sugere que os alunos têm entendimento de que o foco da escola é preparar o aluno para empreender. No entanto, existe a possibilidade do ingresso na universidade.

Tabela 35 – Escolhi a ETFG-BH porque tenho apoio da família

Tenho apoio da família	Quantidade	%
Nenhum	8	2,8
Nenhum / parcialmente	9	3,2
Parcialmente	40	14,1
Parcialmente / totalmente	52	18,4
Totalmente	173	61,1
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Conforme demonstrado na TAB. 35, cerca de 61,1% dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH acreditam que o apoio da família foi importante quando decidiram ingressar nesta escola.

Tabela 36 – Escolhi a ETFG-BH após conversas com colegas

Conversas com colegas	Quantidade	%
Nenhum	51	18,0
Nenhum / parcialmente	47	16,6
Parcialmente	64	22,6
Parcialmente / totalmente	54	19,1
Totalmente	65	23,0
NR	2	0,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

É possível perceber pela TAB. 36 uma ligeira tendência do aluno em decidir estudar na ETFG-BH após conversas com colegas. Dos 283 alunos 42,1% (somatório dos itens 4 e 5) admitem ter tomado a decisão depois de ouvir os colegas, contra 34,6% (somatório dos itens 1 e 2) que afirmaram não ter sofrido esta influência.

Tabela 37 – Escolhi a ETFG-BH após resultado de teste vocacional

Resultado de teste vocacional	Quantidade	%
Nenhum	171	60,4
Nenhum / parcialmente	27	9,5
Parcialmente	48	17,0
Parcialmente / totalmente	20	7,1
Totalmente	16	5,6
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Para 60,4% (TAB. 37) dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH afirmaram que teste vocacional em nada influenciou a sua opção de estudar em uma escola com uma proposta pedagógica voltada para o ensino do empreendedorismo.

Tabela 38 – Escolhi a ETFG-BH porque tenho parentes que formaram na ETFG-BH

Tenho parentes que formaram na ETFG-BH	Quantidade	%
Nenhum	206	72,8
Nenhum / parcialmente	11	3,9
Parcialmente	9	3,2
Parcialmente / totalmente	13	4,6
Totalmente	44	15,5
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Em relação a parentes que formaram na ETFG-BH, somente 15,5% destes alunos do 1º e do 3º ano consideraram que foram influenciados quanto ao seu ingresso nesta escola. No entanto, a grande maioria, 72,8%, não considerou esta hipótese por não terem parentes que concluíram o ensino técnico médio nesta instituição de ensino.

Tabela 39 – Escolhi a ETFG-BH porque contribui para uma visão empreendedora

Contribui para uma visão empreendedora	Quantidade	%
Nenhum	4	1,4
Nenhum / parcialmente	1	0,4
Parcialmente	13	4,6
Parcialmente / totalmente	47	16,6
Totalmente	218	77,0
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 39 mostra que 77,0% dos alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH consideram que a proposta pedagógica da escola contribui para que eles tenham uma visão empreendedora.

A TAB. 40 até a TAB. 53 apresentam os dados que mostram como a ETFG-BH vem contribuindo e assegurando a formação do aluno.

Tabela 40 – A formação da ETFG-BH assegura realização pessoal

Assegura realização pessoal	Quantidade	%
Nenhum	7	2,4
Nenhum / parcialmente	16	5,7
Parcialmente	59	20,8
Parcialmente / totalmente	84	29,7
Totalmente	116	41,0
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

De acordo com a TAB. 40 70,7% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos consideram que a formação acadêmica proporcionada pela ETFG-BH garante a realização pessoal de seus egressos.

Tabela 41 – A formação da ETFG-BH assegura competência empreendedora

Competência empreendedora	Quantidade	%
Nenhum	1	0,4
Nenhum / parcialmente	1	0,4
Parcialmente	23	8,1
Parcialmente / totalmente	70	24,7
Totalmente	188	66,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

É possível verificar de acordo com os dados apresentados na TAB. 41, que dos 283 alunos do 1º e do 3º ano da ETFG-BH 66,4% concordam totalmente que o aprendizado adquirido nesta escola propicia habilidade empreendedora.

Tabela 42 – A formação da ETFG-BH assegura ingresso no mercado de trabalho

Ingresso no mercado de trabalho	Quantidade	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	6	2,1
Parcialmente	31	11,0
Parcialmente / totalmente	71	25,1
Totalmente	172	60,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Dos alunos do 1º e do 3º ano 60,7% acreditam totalmente que o conhecimento obtido na ETFG-BH assegura o ingresso no mercado de trabalho. Somente 1,1% alega que isso não é viável.

Tabela 43 – A formação da ETFG-BH assegura criar o próprio negócio

Criar meu próprio negócio	Quantidade	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	14	4,9
Parcialmente	41	14,5
Parcialmente / totalmente	85	30,0
Totalmente	140	49,5
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Os dados revelam que 79,5% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos do 1º e do 3º ano creem que a formação obtida na ETFG-BH dá condições para que eles possam criar um negócio próprio. Somente 6% (somatório dos itens 1 e 2) acreditam não ter condições para iniciar um pequeno negócio.

Tabela 44 – A formação da ETFG-BH assegura fazer curso universitário

Fazer curso universitário	Quantidade	%
Nenhum	31	11,0
Nenhum / parcialmente	45	15,9
Parcialmente	104	36,7
Parcialmente / totalmente	58	20,5
Totalmente	44	15,5
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 44 mostra que os alunos do 1º e do 3º ano são céticos quando se trata de considerar que a formação adquirida na ETFG-BH é voltada para direcionar o

estudante a ingressar na universidade. Somente 36% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos consideram esta possibilidade.

Tabela 45 – A formação da ETFG-BH assegura para preparar minha independência financeira

Preparar para minha independência financeira	Quantidade	%
Nenhum	1	0,4
Nenhum / parcialmente	5	1,6
Parcialmente	20	7,1
Parcialmente / totalmente	91	32,2
Totalmente	165	58,3
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Na TAB. 45, é demonstrado que 90,5% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos do 1º e do 3º ano acreditam que a proposta acadêmica da ETFG-BH contribui na preparação do aluno para o mercado de trabalho, possibilitando êxito na busca de sua independência financeira.

Tabela 46 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade de inovar

Capacidade de inovar	Quantidade	%
Nenhum / parcialmente	4	1,4
Parcialmente	35	12,4
Parcialmente / totalmente	79	27,9
Totalmente	165	58,3
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Para 86,2% (TAB. 46, somatório dos itens 3 e 4) dos 283 alunos do 1º e do 3º ano, consideram que a proposta pedagógica disponibilizada pela ETFG-BH facilita a formação que assegura o estudante a obter capacidade em inovar.

Tabela 47 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade para lidar com o risco

Capacidade para lidar com o risco	Quantidade	%
Nenhum	2	0,7
Nenhum / parcialmente	7	2,4
Parcialmente	37	13,1
Parcialmente / totalmente	86	30,4
Totalmente	151	53,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Pode-se verificar na TAB.47 que 53,4% dos alunos do 1º e do 3º ano estão cientes de que a formação adquirida por eles na ETFG-BH contribui no sentido de obter habilidades para poderem lidar com o risco.

Tabela 48 – A formação da ETFG-BH assegura maturidade profissional

Maturidade profissional	Quantidade	%
Nenhum	2	0,7
Nenhum / parcialmente	3	1,1
Parcialmente	19	6,7
Parcialmente / totalmente	69	24,4
Totalmente	190	67,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Os dados apresentados na TAB. 48 indicam que 67,1% dos estudantes do 1º e do 3º ano entendem que a formação propiciada pela ETFG-BH a seus alunos assegura maturidade profissional. Apenas 0,7% acredita que a formação dada pela escola em nada ajuda na obtenção desta maturidade.

Tabela 49 – A formação da ETFG-BH assegura proatividade

Pró-atividade	Quantidade	%
Nenhum	5	1,7
Nenhum / parcialmente	9	3,2
Parcialmente	48	17,0
Parcialmente / totalmente	92	32,5
Totalmente	128	45,2
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 49 mostra que 77,7% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos do 1º e do 3º ano reconhecem que a formação dada pela ETFG-BH assegura ao aluno proatividade em sua carreira profissional. Apenas 4,9% (somatório dos itens 1 e 2) dos alunos não acreditam nesta proatividade neste dinamismo.

Tabela 50 – A formação da ETFG-BH assegura agressividade competitiva

Agressividade competitiva	Quantidade	%
Nenhum	21	7,4
Nenhum / parcialmente	30	10,6
Parcialmente	55	19,4
Parcialmente / totalmente	82	29,0
Totalmente	94	33,2
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Para 62,2% (somatório dos itens 4 e 5) dos 283 alunos do 1º e do 3º ano a formação que estão adquirindo na ETFG-BH os prepara para serem muito competitivos. Somente 18% (somatório dos itens 1 e 2) consideram que o ensino proporcionado pela escola não vai trabalhar esta característica empreendedora.

Tabela 51 – A formação da ETFG-BH assegura capacidade de tolerar incertezas e insegurança

Capacidade de tolerar incertezas e insegurança	Quantidade	%
Nenhum	17	6,0
Nenhum / parcialmente	32	11,2
Parcialmente	73	25,8
Parcialmente / totalmente	80	28,3
Totalmente	80	28,3
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Os dados apresentados na TAB. 51 mostram 56,6% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos do 1º e do 3º ano acreditam que a formação dada pela ETFG-BH prepara-os para absorver e tolerar as incertezas e a insegurança do mercado de trabalho. Já 17,2% (somatório dos itens 1 e 2) acham que esta formação não possibilita ao aluno obter esta capacidade.

Tabela 52 – A formação da ETFG-BH assegura visão empreendedora

Visão empreendedora	Quantidade	%
Nenhum / parcialmente	2	0,7
Parcialmente	18	6,4
Parcialmente / totalmente	61	21,5
Totalmente	202	71,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Como mostra a TAB. 52, 71,4% dos alunos do 1º e do 3º ano estão certos de que a formação recebida da ETFG-BH assegura uma visão empreendedora. Somente 0,7% não acredita que esta formação propicie obter esta característica.

Tabela 53 – A formação da ETFG-BH assegura desenvolvimento da autonomia e responsabilidade

Desenvolvimento da autonomia e responsabilidade	Quantidade	%
Nenhum	1	0,4
Nenhum / parcialmente	2	0,7
Parcialmente	19	6,6
Parcialmente / totalmente	48	17,0
Totalmente	213	75,3
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Conforme apontado na TAB. 53, 75,3% dos alunos do 1º e do 3º ano alegam que a formação recebida por eles pela ETFG-BH garante o seu desenvolvimento em relação a sua autonomia e responsabilidade diante do mercado de trabalho.

Da TAB. 54 até a TAB. 64 apresentam-se os dados de como o aluno percebe sua aprendizagem diante do ensino propiciado pela ETFG-BH.

Tabela 54 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio.

Tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio	Quantidade	%
Nenhum	7	2,5
Nenhum / parcialmente	13	4,6
Parcialmente	53	18,7
Parcialmente / totalmente	90	31,8
Totalmente	120	42,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 54 mostra que dos 283 alunos pesquisados 74,2% (somatório dos itens 4 e 5) acreditam de forma positiva que a aprendizagem adquirida na ETFG-BH possibilita a eles ter condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio. Apenas 7,1% (somatório dos itens 1 e 2) não acreditam estar recebendo uma aprendizagem que lhes dê segurança em iniciar um negócio.

Tabela 55 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que sua preparação vem contribuindo para agir reduzindo riscos e controlando resultados.

Sua preparação vem contribuindo para agir reduzindo riscos e controlando resultados	Quantidade	%
Nenhum	1	0,4
Nenhum / parcialmente	12	4,2
Parcialmente	38	13,4
Parcialmente / totalmente	114	40,3
Totalmente	118	41,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Conforme apresentado na TAB. 55, do total dos 283 alunos, 82% (somatório dos itens 4 e 5) estão cientes de que a ETFG-BH proporciona aprendizagem que prepara o discente a ter uma ação que o faça agir minimizando o risco e controlando os resultados. Os alunos que consideram este item como negativo totalizam apenas 4,6% (somatório dos itens 1 e 2) dos alunos pesquisados.

Tabela 56 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se sente apto a mudar de estratégia afim de enfrentar novos desafios ou superar obstáculos

Se sente apto a mudar de estratégia afim de enfrentar novos desafios ou superar obstáculos	Quantidade	%
Nenhum	4	1,4
Nenhum / parcialmente	5	1,8
Parcialmente	33	11,6
Parcialmente / totalmente	101	35,7
Totalmente	140	49,5
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Na TAB. 56, os dados indicam que dos 283 alunos do 1º e do 3º ano, 85,20% (somatório dos itens 4 e 5) julgam a aprendizagem da ETFG-BH como positiva no

sentido de propiciar uma avaliação de estratégias, possibilitando ao discente condições para enfrentar ou superar obstáculos. Somente 3,8% (somatório dos itens 1 e 2) dos alunos consideram a aprendizagem obtida como negativa no sentido de dar condições para fazer avaliações de estratégias.

Tabela 57 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade.

Contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade	Quantidade	%
Nenhum / parcialmente	5	1,7
Parcialmente	24	8,5
Parcialmente / totalmente	80	28,3
Totalmente	171	60,4
NR	3	1,1
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Os dados apresentados na TAB. 57 mostram que dos 283 alunos pesquisados 60,4% concordam totalmente que a ETFG-BH é uma escola que disponibiliza uma aprendizagem de forma a contribuir para fazer as coisas com eficiência e qualidade.

Tabela 58 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se sente comprometido com o ensino dado pela ETFG-BH.

Se sente comprometido com o ensino dado pela ETFG-BH	Quantidade	%
Nenhum	5	1,8
Nenhum / parcialmente	8	2,8
Parcialmente	44	15,5
Parcialmente / totalmente	98	34,6
Totalmente	126	44,6
NR	2	0,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Na TAB. 58, verifica-se que 79,2% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos pesquisados consideram-se comprometido com o ensino dado pela ETFG-BH. No entanto, nota-se que 15,5% demonstram imparcialidade e 4,6% (somatório dos itens 1 e 2) não se sentem comprometidos com o ensino.

Tabela 59 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você se considera apto a detectar oportunidades de negócio

Considera-se apto a detectar oportunidades de negócio	Quantidade	%
Nenhum	3	1,1
Nenhum / parcialmente	7	2,5
Parcialmente	52	18,4
Parcialmente / totalmente	97	34,3
Totalmente	120	42,3
NR	4	1,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Está demonstrado na TAB. 59 que de forma positiva 76,6% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos pesquisados se consideram aptos a detectar oportunidades de negócio em decorrência da aprendizagem adquirida na escola. De forma negativa apresentam-se 3,6% (somatório 1 e 2).

Tabela 60 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você tem condições, através de suas próprias observações, construir conceitos básicos da administração e do empreendedorismo

você tem condições, através de suas próprias observações, construir conceitos básicos da administração e do empreendedorismo	Quantidade	%
Nenhum	1	0,4
Nenhum / parcialmente	9	3,2
Parcialmente	42	14,8
Parcialmente / totalmente	103	36,4
Totalmente	127	44,8
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB.60 evidencia de forma positiva que dos 283 alunos, 81,2% (somatório dos itens 4 e 5) reconhecem o aprendizado da ETFG-BH favorável ao discente, possibilitando-o construir conceitos básicos da administração e do empreendedorismo.

Tabela 61 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, você tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial

Tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial	Quantidade	%
Nenhum	2	0,7
Nenhum / parcialmente	11	3,9
Parcialmente	52	18,3
Parcialmente / totalmente	106	37,5
Totalmente	111	39,2
NR	1	0,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Pode-se constatar na TAB. 61 que dos 283 alunos do 1º e do 3º ano, 76,7% (somatório dos itens 4 e 5) consideram como positivo o fato de a aprendizagem recebida dar-lhes condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial. Este item sugere que tal índice de reconhecimento pode ser pelo fato de estes alunos trabalharem com empresas simuladas, uma vez que trabalham com dados empresariais reais.

Tabela 62 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH a metodologia do aprendizado contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras

A metodologia do aprendizado contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras	Quantidade	%
Nenhum / parcialmente	4	1,4
Parcialmente	31	11,0
Parcialmente / totalmente	91	32,1
Totalmente	153	54,1
NR	4	1,4
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 62 mostra que 86,2% (somatório dos itens 3 e 4) dos alunos julgam como positiva a metodologia de aprendizagem recebida da ETFG-BH, considerando esta metodologia como apropriada para ajudar no desenvolvimento das características, competências e habilidades empreendedoras.

Tabela 63 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, você se considera autoconfiante

Você se considera autoconfiante	Quantidade	%
Nenhum	5	1,8
Nenhum / parcialmente	9	3,2
Parcialmente	52	18,4
Parcialmente / totalmente	102	36,0
Totalmente	115	40,6
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

A TAB. 63 revela que 76,6% (somatório dos itens 4 e 5) dos alunos pesquisados consideram-se autoconfiante e atribuem o desenvolvimento desta característica na aprendizagem recebida na ETFG-BH. Verifica-se ainda que 5% (somatório dos itens 1 e 2) destes alunos consideram de forma negativa a aprendizagem fortalecendo esta característica.

Tabela 64 – Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH, até o presente momento vem contribuindo para sua visão empreendedora

A aprendizagem que você esta adquirindo até o presente momento vem contribuindo para sua visão empreendedora	Quantidade	%
Nenhum / parcialmente	4	1,4
Parcialmente	16	5,7
Parcialmente / totalmente	77	27,2
Totalmente	186	65,7
Total	283	100,0

Fonte: Dados da pesquisa, análise escolar

Os dados obtidos na TAB. 64 mostram que 65,7% dos alunos pesquisados consideram de forma totalmente positiva a aprendizagem adquirida até o presente momento na ETFG-BH como de grande contribuição para a visão empreendedora. De outro lado, somente 1,4% dos alunos pesquisados vê a aprendizagem como sendo negativa para a visão empreendedora.

A seguir, realiza-se uma análise e discutem-se os dados apresentados pela pesquisa.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário (APÊNDICE A) possibilitam levantar, ordenar e analisar as informações obtidas relacionadas à escola investigada, alinhando-se os principais aspectos observados aos três objetivos específicos presentes na parte introdutória desta dissertação e sua relação com as referências teóricas sobre o tema estudado.

6.1 Escolha pela ETFG-BH

O primeiro objetivo específico levantar os motivos ou razões pelos quais os alunos calouros e formandos optaram para estudar na ETFG-BH foi verificado pela pesquisa.

O primeiro aspecto observado por meio dos dados coletados foi a possibilidade de a escola propiciar ao aluno seguir carreira universitária (TAB. 34). Conforme demonstrado no GRÁF. 3, por meio da soma dos indicadores 4 e 5, a pesquisa constatou uma diferença na percepção do aluno do 1º ano em relação ao do 3º ano. Cerca de 49,4% dos alunos do primeiro ano entendem que a escola propicia, com base em seu modelo pedagógico, condições para ingressar na universidade, porém este percentual diminui para os alunos do 3º ano, caindo para 44,3%. Este possível desinteresse do formando em seguir uma carreira universitária pode ser pelo fato de o ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras ainda não estar fortalecido. Isto vem ao encontro ao exposto por Filion (2001a) quando menciona que a educação empreendedora no Brasil é um campo de estudo não consolidado, na medida em que a metodologia e o desenvolvimento do empreendedorismo encontram-se em construção.

É complementado ainda por Dolabela (2003) quando menciona que a educação formal ainda tem dificuldades em trabalhar estas características empreendedoras.

Já os alunos que optaram por não ingressar na universidade possivelmente pretendem dar preferência à abertura do próprio negócio. Esse dado vai ao encontro daquele exposto por Lemos (1999) e Mintzberg *et al* (2000), segundo os quais os indivíduos devem ser capazes de aprender e transformar este aprendizado em estratégias que os levem a serem competitivos.

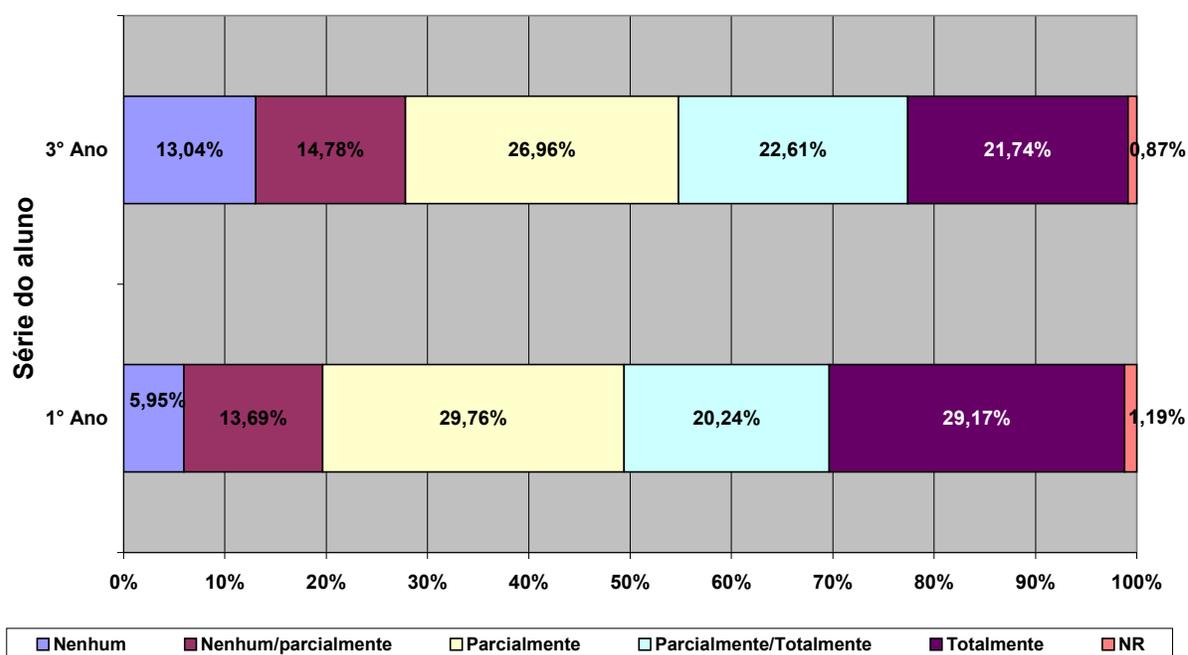


Gráfico 3 – Posso seguir uma carreira universitária

Fonte: Dados coletados da pesquisa

Como segundo aspecto a ser analisado, cita-se a preparação do aluno para ser dono do seu próprio negócio. Verifica-se no GRÁF. 4 (TAB. 27), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, uma consonância entre os alunos do 1º ano (86,9%) e os do 3º ano (81,7%) ao considerarem que a ETFG-BH disponibiliza um aprendizado que possibilita ao discente ser dono de um negócio.

Esse positivismo evidenciado pelos alunos vai ao encontro com o que apregoa a ETFG BH (2008) de que, ao concluir o curso, o aluno estará preparado para empreender e atuar numa economia globalizada. Complementando ainda este aspecto, Mintzberg e Quinn (2001) definem a escola empreendedora como aquela capaz de determinar uma linha de atuação que busca uma formação estratégica de características visionária e proativa.

No entanto, apesar deste positivismo, ao realizar a análise do ponto de vista totalmente positivo, é detectada uma diferença na percepção entre os alunos do 1º (70,83%) e os do 3º ano (46,96%). Isso sugere que o aluno do 3º ano considera a possibilidade de não somente empreender, mas também de gerir um negócio de terceiros, o que vai de encontro ao que é exposto por Pinchot III (1989) e Uriarte (2000) de que, apesar de não serem donos do negócio os intraempreendedores são capazes de incitar a inovação, dentro da empresa, descobrindo oportunidades e nichos de mercado levando a expansão da empresa.

Prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio

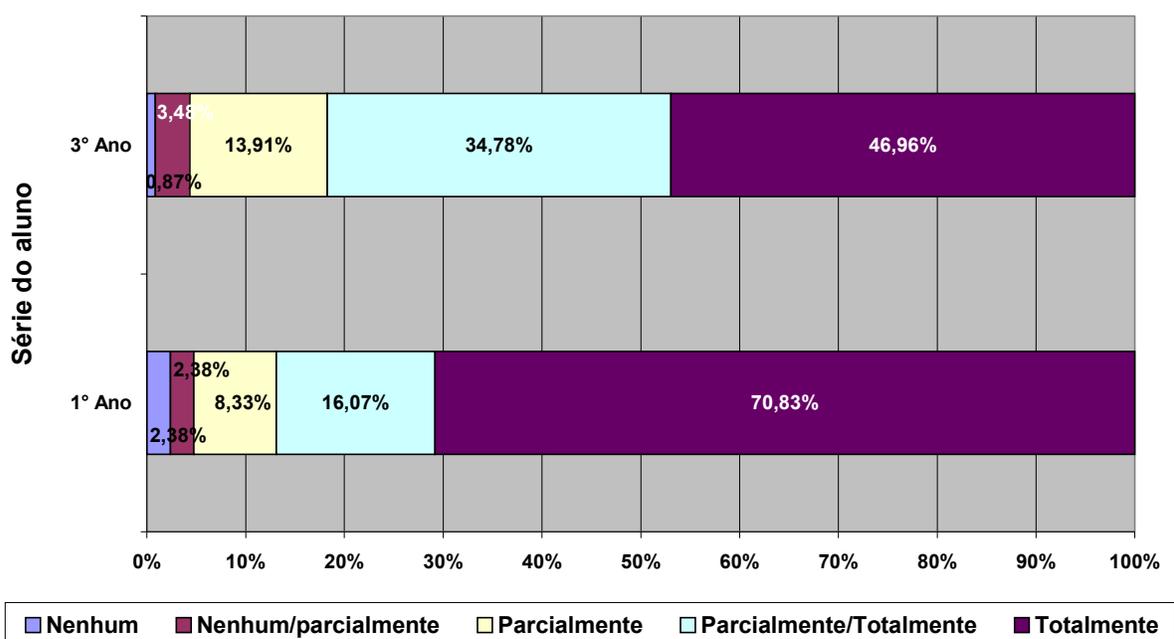


Gráfico 4 – Prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio

Fonte: Dados coletados da pesquisa

Um terceiro aspecto analisado refere-se à contribuição da escola para uma visão empreendedora. De acordo com o apresentado no GRÁF. 5 (TAB. 39), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, tanto os alunos do 1º ano (94,6%) quanto os do 3º ano (92,2%) percebem que a ETFG-BH colabora para que eles tenham visão empreendedora. Os elevados percentuais de concordância destes alunos vão ao encontro ao que é definido pela ETFG-BH (2008), cujo Projeto Pedagógico tem a preocupação de aproximar o meio acadêmico e a comunidade empresarial, preparando seus alunos para ingressarem nos cenários econômicos nacional e internacional, utilizando-se de ferramentas com avançado sistema que permite treiná-los dos alunos para enfrentar em situações reais os desafios da administração de uma micro ou pequena empresa. Isso é evidenciado por Carvalho (1999) quando retrata o novo momento do capitalismo impondo ao sistema educacional adequações e introduzindo competências no sentido de preparar e transformar os indivíduos, permitindo-os interferir no processo produtivo e propondo soluções.

Fazendo uma análise do indicador totalmente positivo apontado no GRÁF. 5, nota-se uma diferença na percepção da contribuição da ETFG-BH para uma visão empreendedora do aluno do 1º ano em comparação ao do 3º ano. Isso talvez demonstre que o aluno do 1º ano, por ainda não ter exercitado suas características empreendedoras, sinta-se provavelmente com maior expectativa em um primeiro momento.

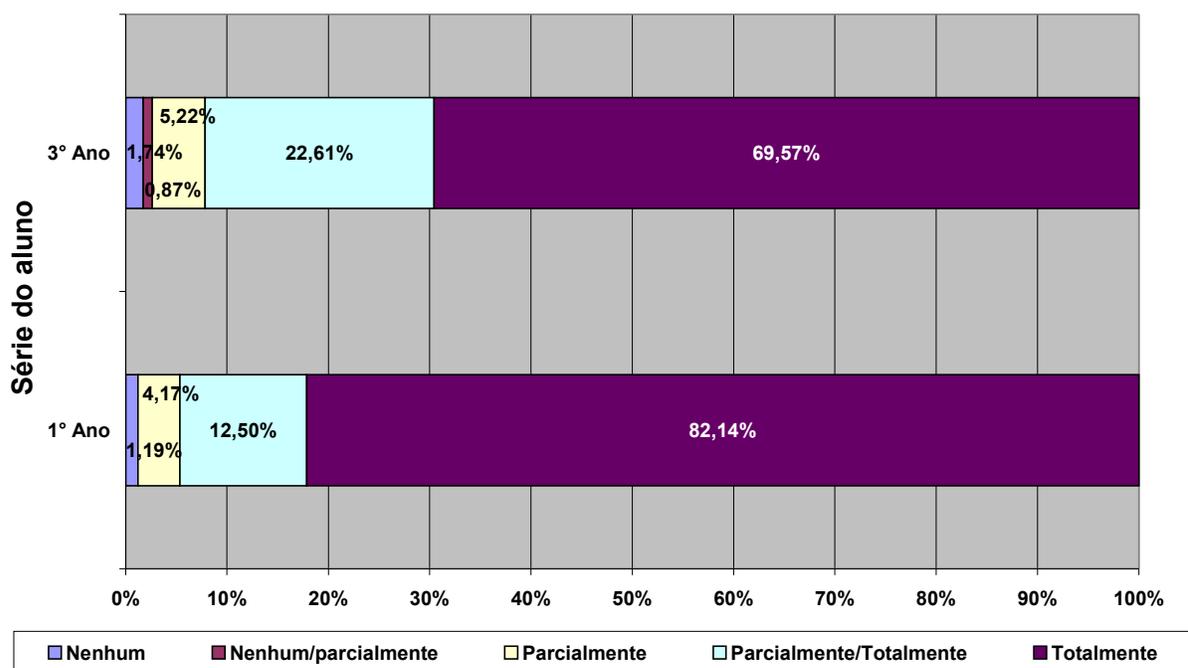


Gráfico 5 – Contribui para uma visão empreendedora

Fonte: Dados coletados da pesquisa

O quarto aspecto analisado é retratado no GRÁF. 6 (TAB. 28), no que diz respeito ao item “gerar boa colocação e salário atraente”. Verifica-se a existência de diferença na percepção do aluno do 1º ano (40,5%) em relação ao do 3º ano (20,9%). Isso talvez se dê pelo fato de os alunos que estão iniciando seus estudos na ETFG-BH serem oriundos de escolas voltadas para a formação de candidato a um emprego, o que é reforçado por Medeiros (2001) quando retrata que a área acadêmica (cursos profissionalizantes e universitários) orienta a formação do aluno na busca de um emprego. Quando comparado ao aluno do 3º ano, este percentual diminui, talvez, pelo fato de este aluno já possuir uma visão empreendedora mais estimulada. Isso vai ao encontro ao que apregoa Dolabela (2003) quando afirma que o ensino do empreendedorismo desenvolve capital social e humano, gerando no indivíduo condições de reagir a incertezas, inovar, produzir mudanças em si mesmo, e no ambiente que o circunda, ter visão de mundo e, por fim, buscar a auto-realização.

Gera boa colocação e salário atraente

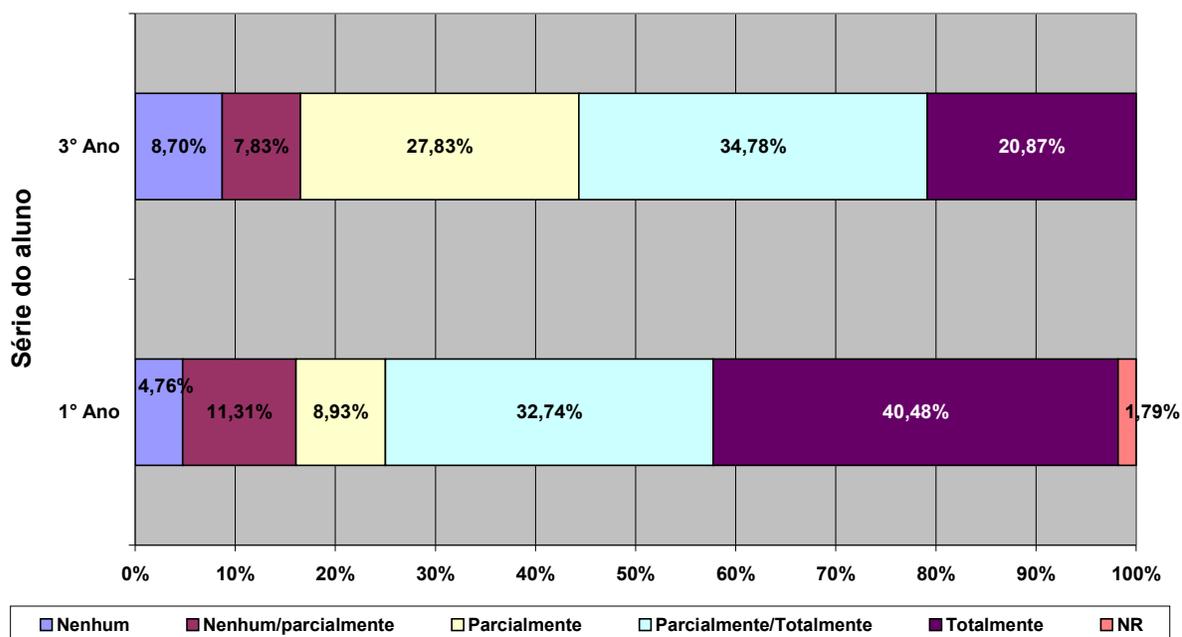


Gráfico 6 – Gera boa colocação e salário atraente
 Fonte: Dados coletados da pesquisa

O quinto aspecto analisado diz respeito à obtenção de um currículo voltado para as necessidades do mercado. Verifica-se no GRÁF. 7 (TAB. 32) uma percepção muito próxima tanto do aluno do 1º ano (68,5%) quanto do 3º ano (65,2%), considerando este como um dos motivos que os levaram a optar pela ETFG-BH. Isto evidencia que grande parte dos alunos considera que a metodologia de ensino e os conteúdos programáticos empregados pela escola fornecem condições plenas para que atendam às necessidades do mercado. O conteúdo programático da ETFG-BH vai ao encontro ao que declara Belloni (1999): as escolas têm papel fundamental na formação deste indivíduo, a partir do momento em que propiciarão o desenvolvimento de competências múltiplas, trabalho em equipe e capacidade de aprender e de adaptar-se a situações novas.

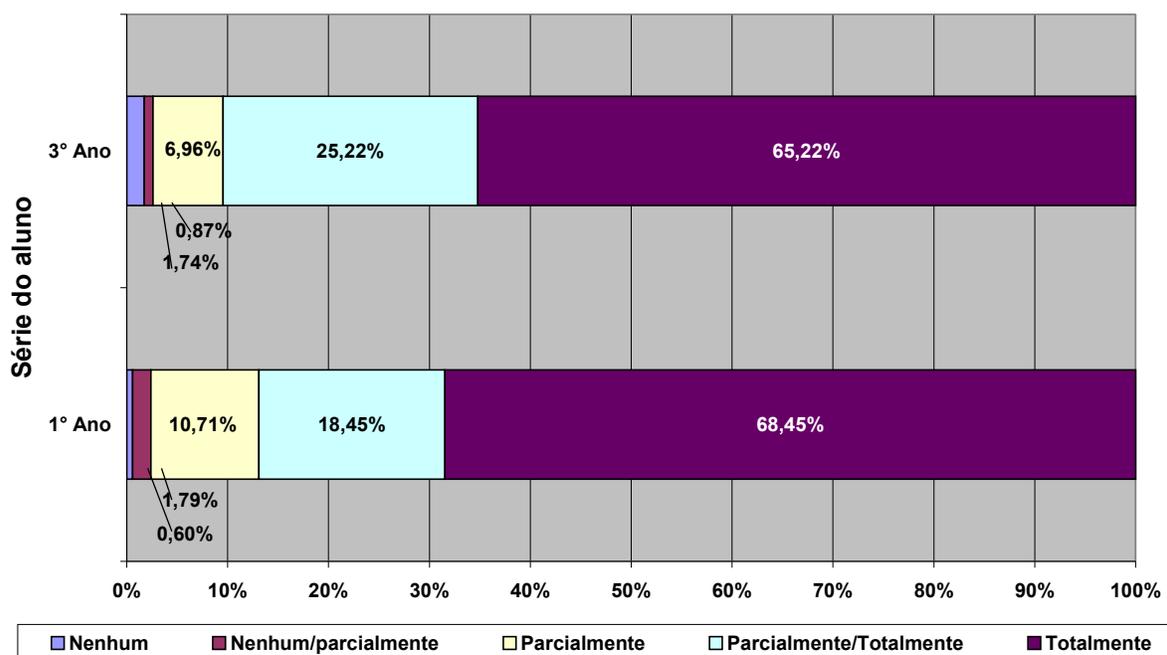


Gráfico 7 – Tem currículo voltado para as necessidades do mercado
Fonte: Dados coletados da pesquisa

6.2 Formação empreendedora

Quanto ao segundo objetivo específico. “Verificar a contribuição percebida pelos alunos da ETFG-BH na formação empreendedora” -, apontou-se:

O primeiro aspecto observado relaciona-se com a competência empreendedora. No GRÁF. 8 (TAB. 41), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, verifica-se que 91,6% dos alunos do 1º ano percebem que a ETFG-BH contribui para essa competência. Para os alunos do 3º ano, este percentual é de 90,4%. Nota-se que os percentuais são altamente positivos, indo de encontro ao que se propõe esta escola no sentido de estimular o aluno quanto às habilidades empreendedoras. Isso é fortalecido por Greatti e Senhorini (2000) quando mencionam que a competência empreendedora é influenciada por processos sistemáticos de treinamento.

Quando analisado o indicador totalmente positivo, nota-se uma diferença de percepção entre o aluno do 1º e do 3º ano. Isso vai ao encontro ao que foi apresentado e analisado no GRÁF. 5.

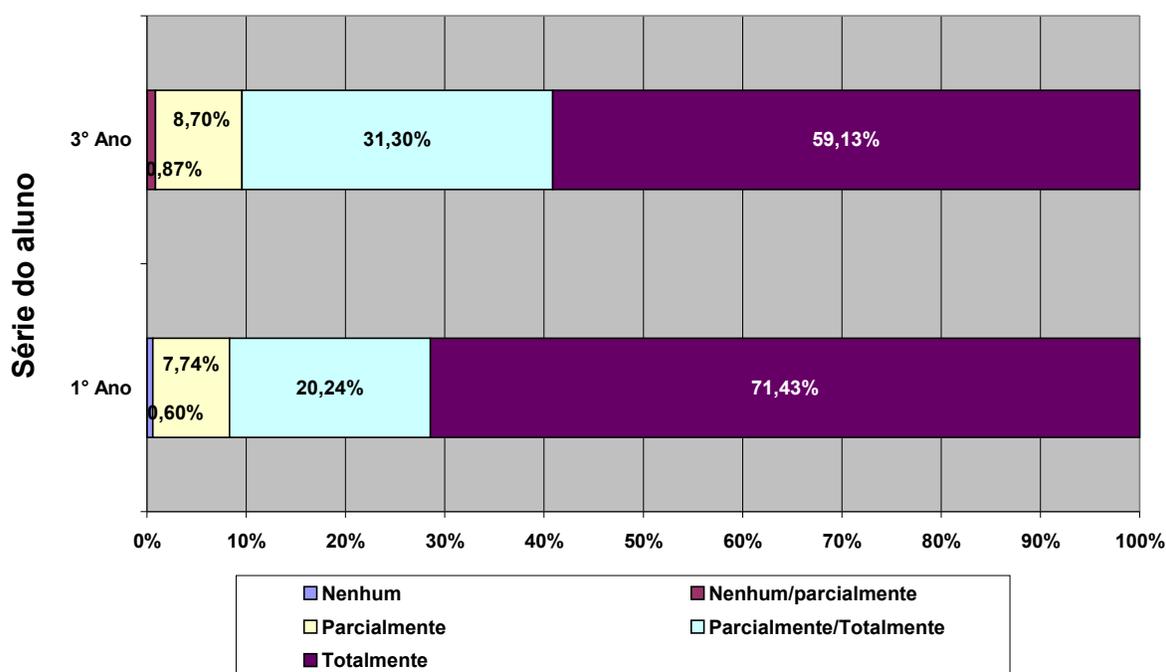


Gráfico 8 – Competência empreendedora
Fonte: Dados coletados da pesquisa

O segundo aspecto observado envolve a contribuição da escola quanto à criação do próprio negócio. Conforme o GRÁF. 9 (TAB. 43), 55,4% dos alunos do 1º ano consideram, totalmente, estarem sendo preparados para ter seu próprio negócio, enquanto que no entendimento dos alunos do 3º ano 40,9% percebem totalmente essa contribuição. Tal diferença no percentual sugere que parte dos alunos do 3º ano considera a possibilidade de intraempreenderem, uma vez que o mercado de trabalho vem exigindo cada vez mais pessoas que, ao administrarem os negócios da empresa, sejam capazes de mudar, inovar, criar e descobrir oportunidades. Para complementar esta linha de raciocínio, reporta-se a Hashimoto (2006), ao mencionar as necessidades das grandes empresas de estimular o empreendedorismo dentro dos setores que compõem a organização. Ainda nesta linha, Fillion (2004) considera os intraempreendedores como pessoas que desempenham um papel empreendedor dentro das empresas.

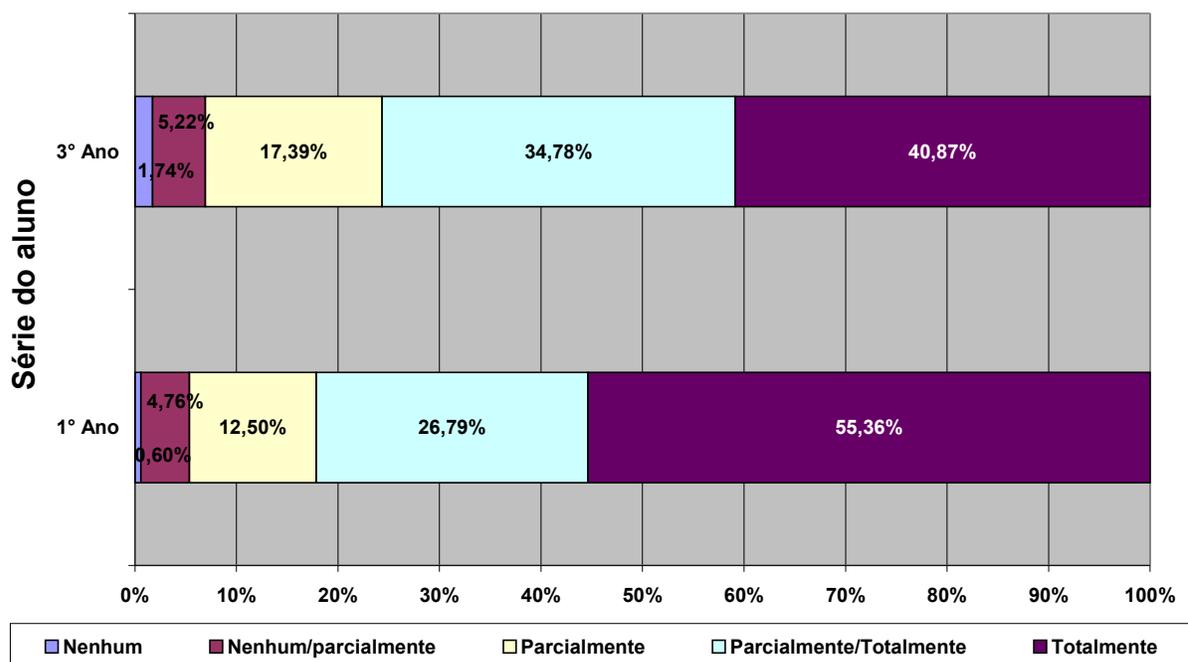


Gráfico 9 – Criar meu próprio negócio

Fonte: Dados coletados da pesquisa

Como terceiro aspecto, examina-se a contribuição percebida pelos alunos quanto à capacidade de inovar. O GRÁF. 10 (TAB. 46) mostra que 63,7% dos alunos do 1º ano acreditam, totalmente, que a escola vem contribuindo para aprimorar a capacidade de inovação, enquanto que 50,4% dos alunos do 3º ano acreditam totalmente nessa contribuição. Verifica-se que os percentuais são altamente positivos, mas existe uma diferença de 13,3 pontos percentuais na percepção dos alunos do 1º ano em comparação com os alunos do 3º ano. Isso pode ser pelo fato de novas tecnologias não estarem sendo introduzidas dentro da escola na velocidade necessária, tendência comprovada por McClelland (1972) quando sustenta que o surgimento de novos processos, serviços e produtos ocorre em decorrência da necessidade de inovar, levando o indivíduo a ter comportamentos criativos.

Capacidade de inovar

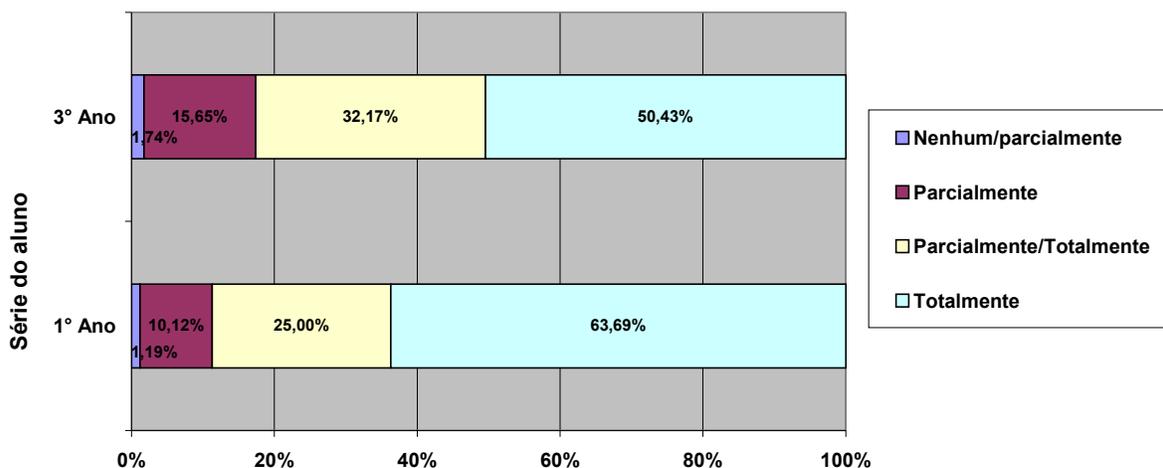


Gráfico 10 – Capacidade de inovar
Fonte: Dados coletados da pesquisa

Um quarto aspecto analisado trata-se da contribuição da ETFG-BH quanto à capacidade para lidar com o risco. O GRÁF. 11 (TAB. 47), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, demonstra uma percepção positiva tanto do aluno do 1º ano (88,1%) quanto do aluno do 3º ano (77,4%). Este item é reconhecido pelos alunos como sendo uma contribuição efetiva propiciada pela escola. Talvez seja pelo fato de constar no Projeto Pedagógico da ETFG-BH a busca constante de informação na concretização do conhecimento, via empresa simulada e projetos de tutoria com empresários. Valente (2008) se refere ao conhecimento quando cada indivíduo realiza o processamento, a interpretação e a compreensão da informação. Complementa ainda dizendo que o aprendizado ocorre com a apropriação da informação, o que minimiza os riscos, contribuindo para o ato de empreender.

Ao analisar o indicador totalmente positivo, nota-se uma diferença na percepção entre os alunos do 1º e os do 3º ano, o que reforça a coerência na análise feita anteriormente dos GRÁF. 5 e 8.

Capacidade para lidar com o risco

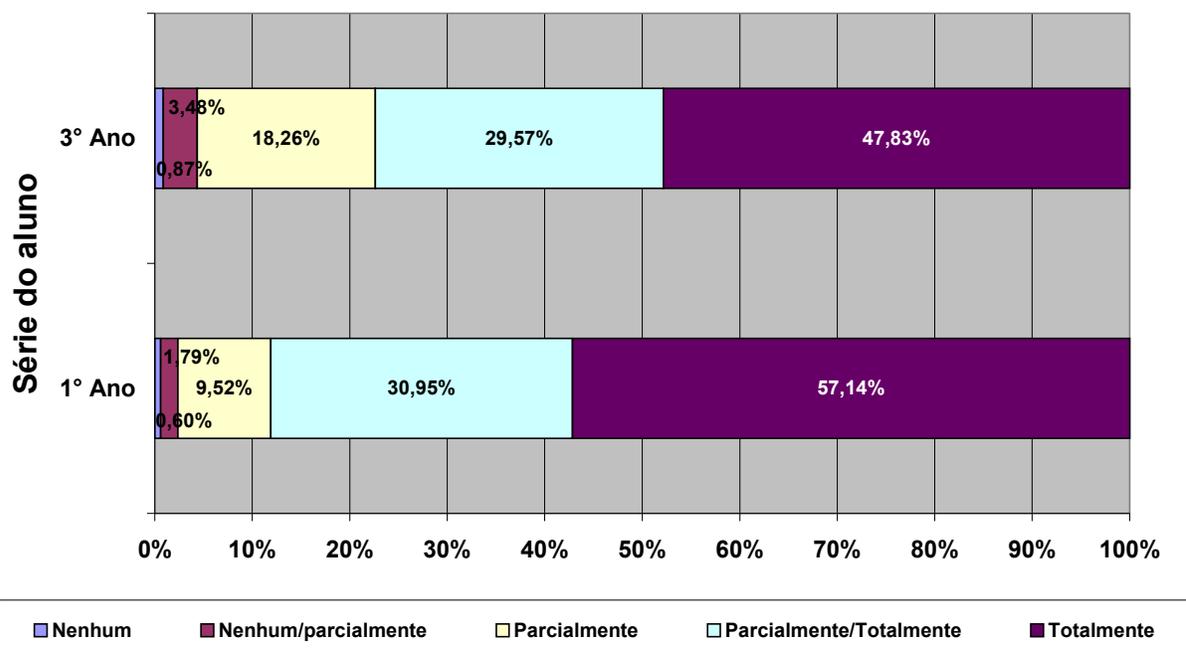


Gráfico 11 – Capacidade para lidar com o risco

Fonte: Dados coletados da pesquisa

Como quinto aspecto examinado tem-se a maturidade profissional. Para Dolabela (1999b), a educação empreendedora deve preparar pessoas para aprenderem “a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado”. De acordo com o GRÁF. 12 (TAB. 48), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, pôde-se constatar a contribuição positiva propiciada pela ETEG-BH, reconhecida pelos alunos do 1º ano (94,6%) e os do 3º ano (86,9%).

Essa percepção demonstra uma proximidade por parte do aluno pode ser em função de a escola propiciar situações extracurriculares alinhadas a processos de liderança e à tomada de decisão, tais como: participação em feiras e congressos, realização de palestras por parte dos alunos e atividades de responsabilidade social.

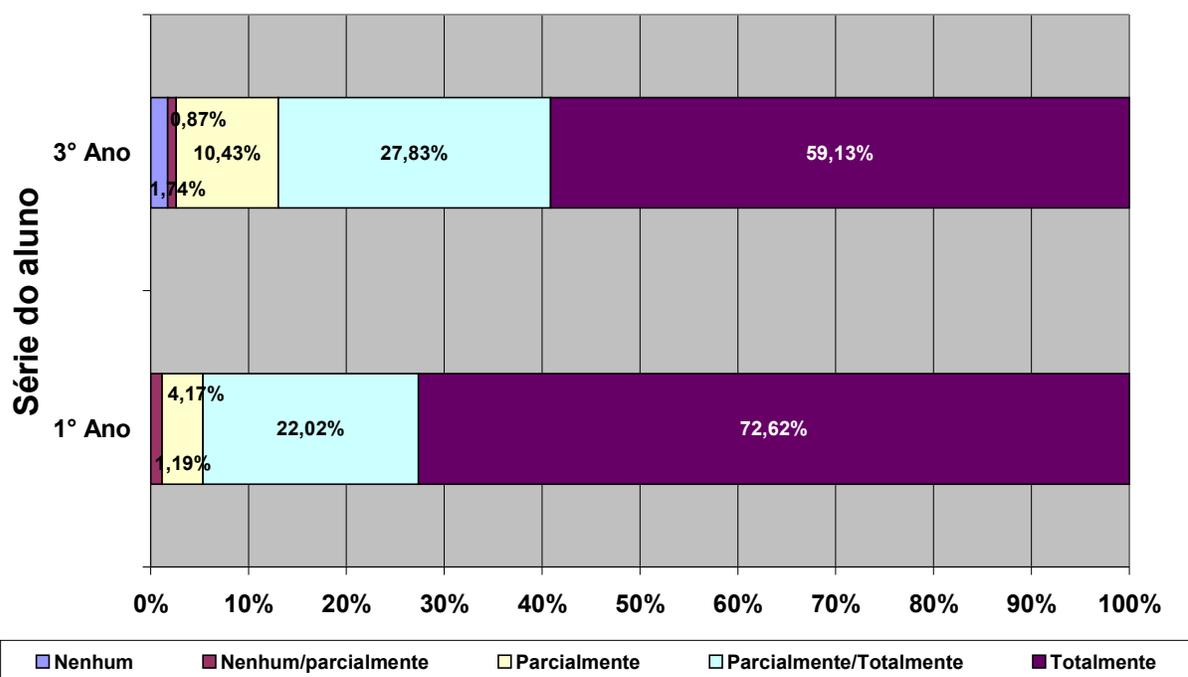


Gráfico 12 – Maturidade profissional
 Fonte: Dados coletados da pesquisa

6.3 Comparações calouros e formandos

Quanto ao terceiro objetivo específico – “Comparar a visão dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETEG-BH em relação a aprendizagem” - o trabalho de pesquisa suscitou importantes conclusões.

O primeiro aspecto observado foi em relação à aprendizagem como fator de contribuição para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade. Existe neste item, conforme apresentado no GRÁF. 13 (TAB. 57), uma compreensão muito similar ao apontado pelos aluno do 1º ano (62,5%) e do 3º ano (57,4%) reconhecendo que este aprendizado vem contribuindo de forma positiva, levando-os a realizarem projetos e/ou ações de forma eficiente, com qualidade e de melhor maneira.

Tal reconhecimento por parte dos alunos talvez seja em função de a escola manter um avançado sistema educacional, contribuindo para essa formação. Esse entendimento é relacionado à análise de Mello (1998), ao enfatizar que os sistemas educacionais atualizados, contribuem para uma nova formação de indivíduos, possibilitando-lhes adquirir condições para enfrentar o desenvolvimento tecnológico nos processos de produção e as mudanças nos âmbitos político, social e ético.

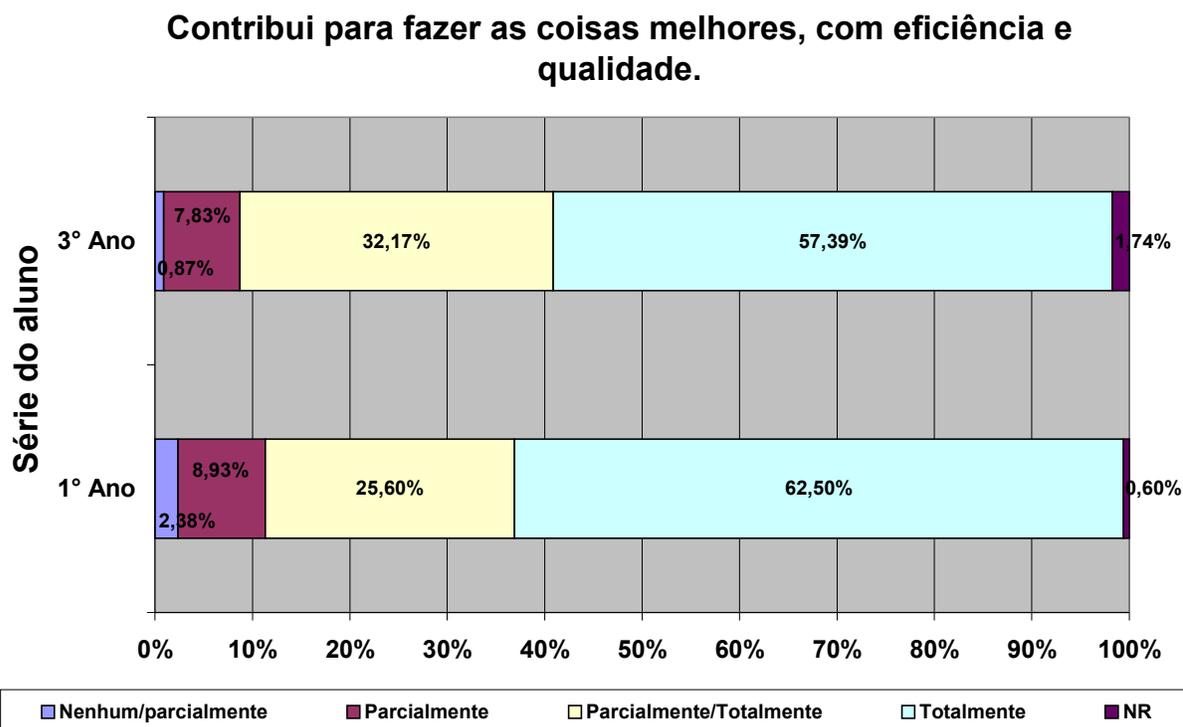


Gráfico 13 – Contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade
Fonte: Dados coletados da pesquisa

O segundo aspecto observado consistiu em verificar se o aprendizado proporcionado pela ETFG-BH possibilita ao aluno condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial. Ao verificar o GRÁF. 14 (TAB. 61), por meio das somas dos indicadores 4 e 5, constata-se que 72,6% dos alunos do 1º ano acreditam que a aprendizagem fornecida pela ETFG-BH possibilita fazer essa reflexão. Este percentual sobe quando comparado aos alunos do 3º ano (82,6%).

O aumento do percentual leva a crer que pode ser em razão do amadurecimento e das vivências pelas quais já passou o aluno veterano dentro da ETFG-BH. Essa linha de raciocínio é reforçada pelo manual da ETFG (2002?), no qual se afirma que o aluno é estimulado para a iniciativa e a participação. Ele é o sujeito, e não o objeto, do processo de aprendizagem.

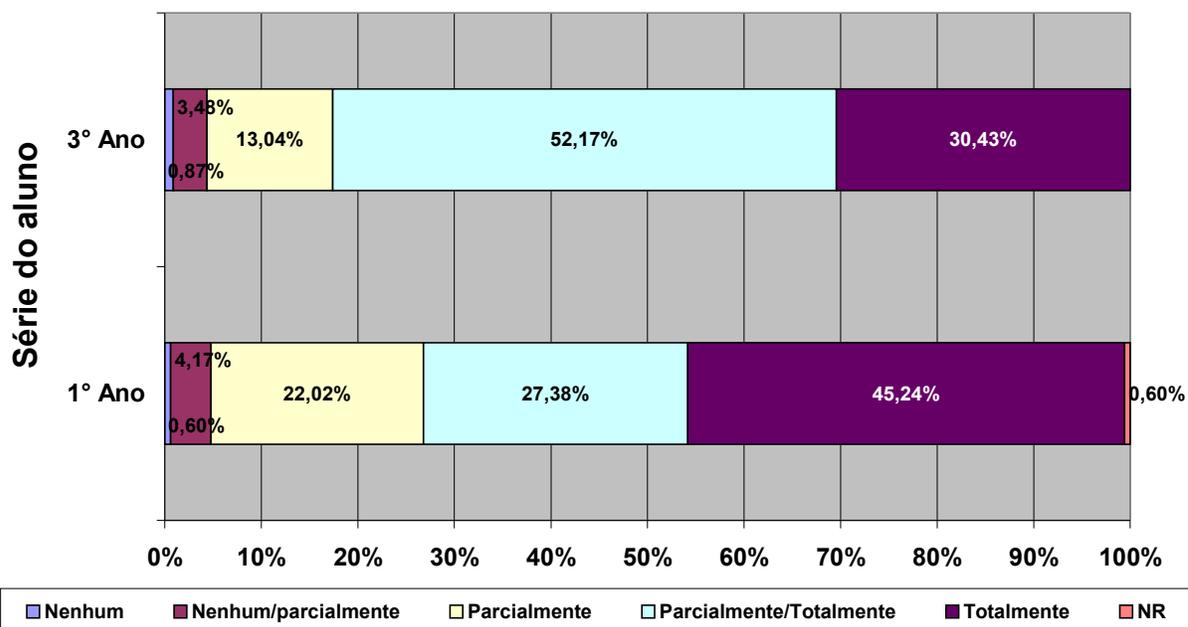


Gráfico 14 – Tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial
Fonte: Dados coletados da pesquisa

O terceiro aspecto observado refere-se à metodologia do aprendizado, contribuindo para o desenvolvimento do aluno quanto a suas características, competências e habilidades empreendedoras. Para Nobrega (1999) as escolas de Administração devem estar atentas às mudanças que vêm ocorrendo no mundo dos negócios e das organizações, devendo preparar os jovens para um aprendizado que leve ao empreendedorismo e estratégia.

Pode-se verificar no GRÁF. 15 (TAB. 62), por meio da soma dos indicadores 3 e 4, que os alunos da ETFG-BH consideram este aprendizado como positivo em se tratando de desenvolver suas habilidades empreendedoras. Vê-se uma ligeira diferença na

percepção dos alunos do 3º ano (87,0%) enquanto que para os alunos do 1º ano este percentual é de 85,7%.

Esta pequena diferença talvez seja pelo fato de os alunos do 3º ano já terem vivências por meio de experiências em empresas simuladas, estágios dentro de empresas e, também, na concretização de um negócio próprio.

Ao analisar o indicador totalmente positivo nota-se uma diferença na percepção entre os alunos do 1º e do 3º ano, isso reforça essa tendência e vem mantendo a coerência na análise feita anteriormente nos GRÁF. 5 , 8 e 11, respectivamente.

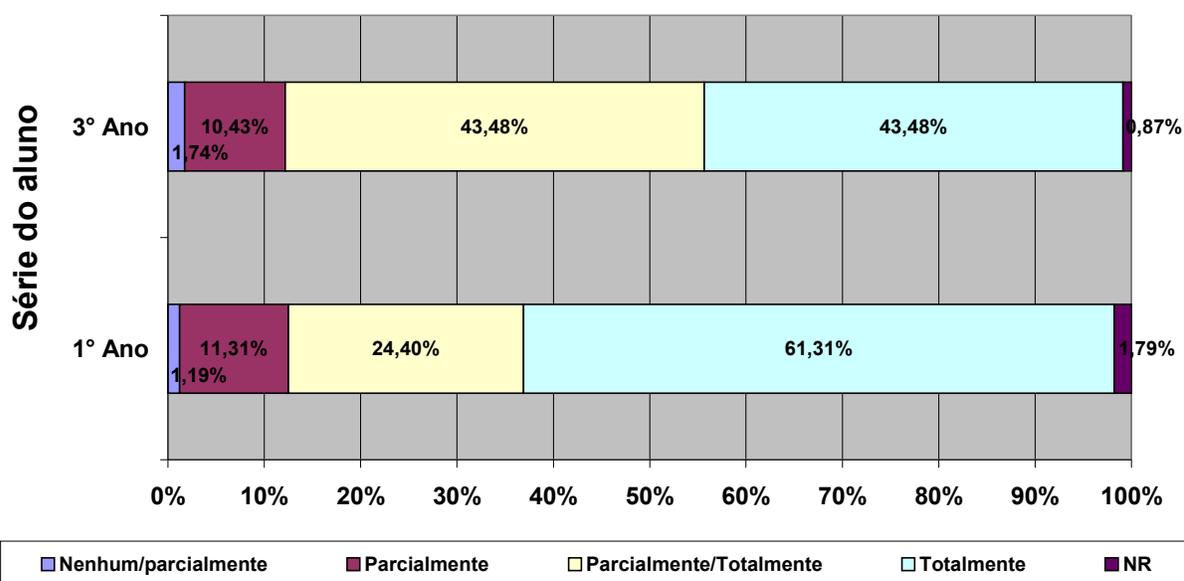


Gráfico 15 – Contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras

Fonte: Dados coletados da pesquisa

O quarto aspecto analisado foi o de verificar se o aprendizado adquirido vem possibilitando condições para que o aluno aproveite uma oportunidade e inicie um negócio. Pelo GRÁF. 16 (TAB. 54), por meio da soma dos indicadores 4 e 5, nota-se que a percepção dos alunos do 1º ano (75,0%) está muito próxima do aluno do 3º ano

(73,0%*. Consideram positivo o aprendizado adquirido na ETFG-BH no sentido de possibilitar as condições para iniciar um negócio próprio.

Essa percepção muito próxima leva a imaginar que o Projeto Pedagógico estimula o aluno a colocar em prática suas habilidades empreendedoras, fato já relatado por Bernhoeft (1996), que sustenta que as instituições de ensino devem buscar a implementação de um Projeto Pedagógico que contemple a educação dos alunos para a criação de um empreendimento. Tanto os alunos do 1º ano quanto os do 3º ano percebem ter condições de iniciar um negócio. Isso reforça o que é mencionado por Greatti e Senhorini (2000) de que a personalidade empreendedora pode ser desenvolvida por meio de um processo sistemático de treinamento.

Ao analisar o indicador totalmente positivo, verifica-se uma divergência na percepção dos alunos do 1º (50,0%) e do 3º ano (31,3%), que talvez ocorra em função de os alunos do 3º ano, por terem maior experiência e informação, saberem que uma oportunidade de negócio está atrelada a linhas de crédito disponíveis e por haver no Brasil uma enorme dificuldade em conseguir linha de crédito para iniciar um negócio.

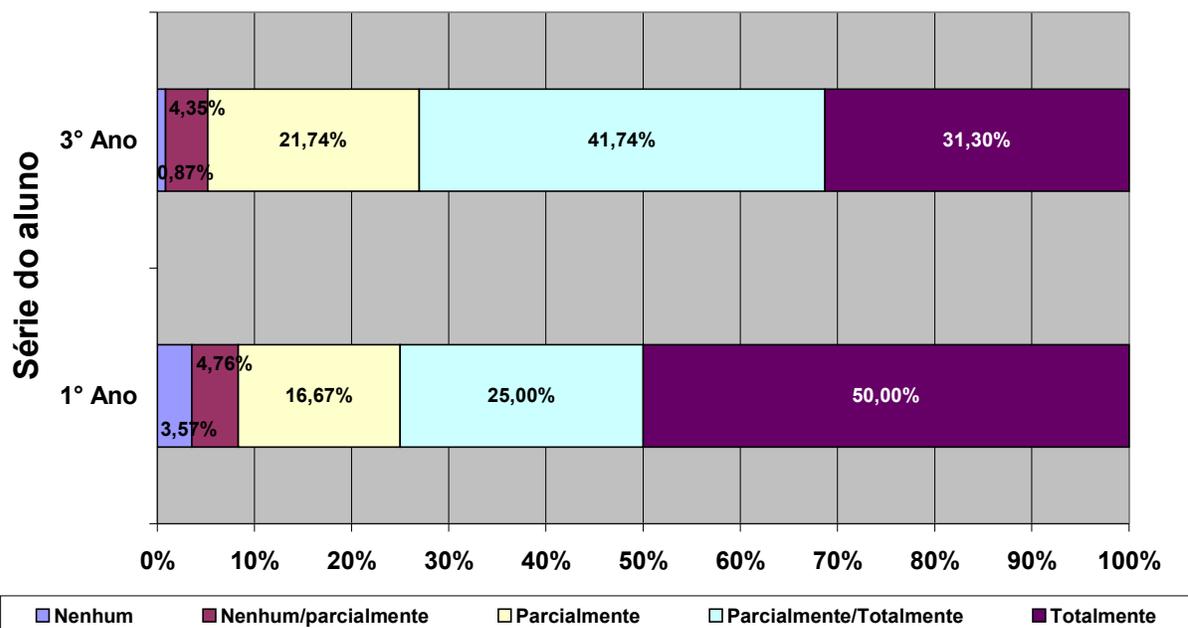


Gráfico 16 – Tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio
Fonte: Dados coletados da pesquisa

A seguir, estão sintetizadas as considerações finais obtidas a partir desta análise, as limitações da pesquisa e as proposições para estudos futuros.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização desta pesquisa, foi necessário efetuar revisões bibliográficas acerca das seguintes temáticas: “O ensino da educação empreendedora” e “O empreendedorismo no mundo, Brasil e Minas Gerais”. Também, sucedeu-se à contextualização da importância das micro e pequenas empresas no cenário brasileiro. Buscou-se na literatura o significado do empreendedorismo e sua história. Destacou-se a importância do ensino empreendedor estimulando um comportamento inovador no sentido de possibilitar ao indivíduo condições de se adaptarem às mudanças ocorridas no ambiente, tornando-os mais competitivos frente as novas realidades (MINTZBERG *et al.*, 2000).

A tabulação dos dados da fase I do questionário correspondente à caracterização do aluno. Chega-se à conclusão, após a análise das TAB. 9, 10, 12, 13, 14 e 15, que os pais têm muito boa formação acadêmica, que as famílias são pequenas e que os alunos, em sua maioria, concluíram o ensino fundamental em escola particular, residem em casa própria, procedem de famílias com renda acima de dez salários mínimos, possibilitando arcar com uma mensalidade de R\$820,00 (oitocentos e vinte reais). Essas informações levam a crer que a ETFG-BH é uma escola elitizada.

Como o ensino do empreendedorismo é o cerne desta pesquisa, este estudo tem como propósito apurar as percepções de alunos que estão iniciando em uma escola cuja proposta pedagógica está voltada para a formação empreendedora, em comparação com as percepções dos alunos que estão prestes a se formarem.

Realizou-se um trabalho empírico de levantamento de informações tomando como base para a realização desta investigação a Escola Técnica de Formação Gerencial de Belo Horizonte (ETFG-BH). A metodologia consistiu em estudo de caso e pesquisa

quantitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário fechado a uma escala de cinco pontos foi aplicada aos alunos, conforme exposto na metodologia.

Na busca pela resposta à pergunta de pesquisa que orientou este trabalho – “Como os discentes da ETFG-BH percebem sua educação empreendedora considerando visão e atitude empreendedora?” –, foi estabelecido como objetivo geral: “Analisar se a ETFG-BH está promovendo a formação empreendedora de seus alunos”, confrontando a percepção dos alunos calouros e formandos. Como objetivos específicos, estabeleceram-se:

- a) Levantar os motivos ou razões pelos quais os alunos calouros e formandos optaram por estudar na ETFG-BH.
- b) Verificar a contribuição percebida pelos alunos da ETFG-BH na formação empreendedora.
- c) Comparar a visão dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH em relação à aprendizagem.

O primeiro objetivo específico foi alcançado. Os resultados obtidos possibilitaram verificar pontos relevantes que os alunos consideraram como motivo que os levaram a optar pela ETFG-BH, destacando-se: seguir carreira universitária; preparar o aluno para ser dono do seu próprio negócio; contribuir para uma visão empreendedora; e gerar boa colocação e salário atraente e currículo voltado para as necessidades do mercado.

As conclusões obtidas dessa análise são:

- Para os alunos do 1º ano, é relevante o fato de o Projeto Pedagógico da escola propiciar condições para lhes possibilitar o ingresso na universidade. Quando confrontado com o aluno formando, percebe-se um ligeiro desinteresse deste em seguir carreira universitária.
- Tanto os alunos do 1º ano quanto os alunos formandos têm a mesma percepção e entendimento de que a escola tem um diferencial em relação às

outras do ensino médio, que é o de preparar o aluno para ser dono do seu próprio negócio, motivo considerado de grande relevância entre os discentes para a escolha da ETFG-BH.

- Foi verificado que não existe diferença de percepção entre os alunos do 1º ano e os formandos quando estes apontam como razão para a escolha da ETFG-BH a contribuição desta escola para uma visão empreendedora.
- Existe uma diferença na percepção do aluno do 1º ano em relação ao aluno formando quando se trata do motivo “gerar boa colocação e salário atraente” pela escolha da ETFG-BH. O aluno do 1º ano colocou como ponto importante na escolha da escola, ao passo que o formando não considerou tão importante sob esta óptica.
- Verificou-se uma percepção muito próxima dos alunos do 1º ano e dos formandos quando a escolha da ETFG-BH se deu pelo fato de a escola propiciar um currículo voltado para as necessidades de mercado. Conforme SEBRAE (2007), o maior fracasso das micro e pequenas empresas está relacionado às falhas gerenciais. Isso sugere que o mercado demanda profissionais qualificados em gestão, e a ETFG-BH prepara especialistas nesta área.

O segundo objetivo também foi alcançado. As conclusões que se seguem referem-se à formação empreendedora da ETFG-BH disponibilizada ao discente.

- O estudo indicou que os alunos do 1º ano e os formandos reconhecem que o ensino e a formação obtida na ETFG-BH contribuem para alcançarem a competência empreendedora.
- Quanto à criação do próprio negócio, a pesquisa apontou uma diferença na percepção dos alunos da ETFG-BH. Os alunos do 1º ano acreditam que o ensino adquirido na escola contribui e assegura as condições para a criar o próprio negócio. Já parte dos formandos entende que o ensino não só propicia criar um negócio próprio como dá plenas condições para gerenciar um negócio de terceiros.

- Os alunos do 1º ano da ETFG-BH percebem que a formação empreendedora disponibilizada pela escola contribui para sua capacidade de inovar. No entanto, ao comparar com a percepção dos formandos, verifica-se que estes também reconhecem a cooperação da escola no desenvolvimento desta capacidade mas com cautela.
- Quanto à capacidade para lidar com o risco, existe um entendimento altamente positivo tanto dos alunos do 1º ano quanto dos alunos formandos de que a escola contribui para esta formação.
- Foi possível constatar a concordância entre os alunos do 1º ano e os formandos de que a formação adquirida dentro da ETFG-BH contribui significativamente para a maturidade profissional.

O terceiro objetivo específico foi alcançado. A seguir, são apresentadas as conclusões relacionadas à comparação da visão dos alunos calouros e formandos quanto ao papel da ETFG-BH em relação a aprendizagem.

- Os alunos do 1º ano e os formandos reconhecem que a aprendizagem recebida na ETFG-BH é altamente contributiva para fazerem as coisas melhores, com eficiência e qualidade.
- Ao comparar os alunos do 1º ano com os formandos, ficou destacado, talvez em razão de maior convivência acadêmica, uma maturidade maior do formando ao considerar na aprendizagem fornecida pela ETFG-BH a possibilidade de fazer uma reflexão mais aprofundada sobre a vida empresarial.
- Ficou evidenciado que os alunos, de modo geral, consideram e reconhecem o papel da ETFG-BH como sendo importante no aprendizado ao desenvolvimento das características, competências e habilidades empreendedoras.
- Os alunos, de um modo geral, também têm uma visão positiva ao admitirem o importante papel da ETFG-BH ao transmitirem conhecimento que lhes possibilitem aproveitar a oportunidade de iniciar um negócio próprio.

O alcance dos objetivos específicos foi favorável ao atendimento do objetivo geral, permitindo conhecer de maneira mais profunda a percepção dos alunos calouros e formandos quanto da formação empreendedora conferida pela ETFG-BH, pois pouco se sabia sobre o desempenho desta escola na visão dos alunos.

Em resposta à questão de pesquisa que norteou este estudo, é possível concluir que os discentes da ETFG-BH têm pleno entendimento de que esta escola propicia uma educação voltada para o empreendedorismo, possibilitando ao aluno obter uma atitude e visão empreendedoras. De maneira geral, os alunos reconhecem estar em uma escola com padrões diferenciados, que fornece uma base sólida para a obtenção de um diferencial competitivo.

Limitações da pesquisa

Conforme Vergara (1997, p. 59) “todo método tem possibilidades e limitações”. Dessa forma, é oportuno situar as limitações sofridas pela pesquisa, as quais, todavia, não invalidam a sua realização.

- Reduzida literatura voltada para a educação empreendedora no ensino médio e instituições de ensino superior.
- A utilização de questionário fechado pode trazer desvantagem, pois limita as opções de resposta, não possibilitando ao pesquisado expor a sua realidade específica (GIL, 1991).

Proposição de estudos futuros

As conclusões apresentadas recomendam a proposição de estudos futuros acerca da educação empreendedora, com vistas a tornar mais apurado o conhecimento do tema.

A continuidade desta pesquisa, depende, sobretudo, do levantamento de informações semelhantes àquelas aqui trabalhadas, de natureza quantitativa, em um número maior de escolas, incluindo aquelas que ainda não possuem em seu Projeto Pedagógico uma grade curricular voltada para a formação de empreendedores.

Levantar informações semelhantes àquelas aqui trabalhadas em Instituições de Ensino Superior, principalmente aquelas voltadas para curso de Administração.

Realizar um estudo que confronte escolas de ensino médio com Projeto Pedagógico voltado ao empreendedorismo com as escolas de ensino superior com foco em Administração, objetivando perceber a influência do ensino na preparação do profissional em gerir um negócio.

Realizar um estudo com o egresso da ETFG-BH, verificando o grau de empreendedorismo aplicado à sua vida profissional.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Delano Chaves Gurgel. **Educação e formação de empreendedores pelas universidades**. 2000. 130 f. Tese (Doutorado em gestão) - Universidade Lusíada de Portugal, Lisboa, 2000.

BARROSO, João R. Questões e reflexões sobre o empreendedor. **NICE Jornal**. v. 4, n. 1, junho 2002. Disponível em: < http://www.unisa.br/cbel/artigos04/08_joao_barroso.pdf > . Acesso em: 29 jun. 2008.

BELLONI, Maria Luiza. **Educação a distância**. Campinas: Autores Associados, 1999.

BERMÚDEZ, Luís Afonso; FERREIRA, Paulo Íris; SILVA, Maria de Lourdes da. Um Brasil empreendedor construído sobre bases tecnológicas. **Revista SEBRAE**, Brasília, p. 96-101, out./nov. 2001.

BERNARDES, Maria Elisa Brandão; MARTINELLI, Dante Pinheiro. Programa de empreendedorismo em instituições de ensino superior: Reflexões a partir de algumas experiências canadenses e americanas. **Revista de Negócios**, Blumenau. v. 9, n. 2. p. 117-126, abr./jun. 2004.

BERNHOEFT, Renato. **Como tornar-se empreendedor em qualquer idade**. São Paulo: Nobel, 1996.

BOLETIM estatístico de micro e pequenas empresas. In: SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS –SEBRAE. **Observatório Sebrae**. 2005. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudo-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-mpe> > . Acesso em: 29 dez. 2008.

BURCH, Jonh G. Profiling the Entrepreneur. **Business Horizons**, p.13-16, set/out, 1986.

CAMPOS, Renato Ramos *et al.* **Aprendizagem por interação**: pequenas empresas em sistemas produtivos e inovativos locais. In: LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo; MACIEL, Maria Lucia (Orgs). **Pequena empresa**: Cooperação e Desenvolvimento Local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003. p. 51-65. Cap. 3.

CARVALHO, Celso do Prado Ferraz de. **A educação cidadã na visão empresarial**: o Telecurso 2000, polêmicas do nosso tempo. Campinas: Autores Associados, 1999.

CASSON, M. C. **The entrepreneur**: na economic theory. Oxford: Martin Robertson, 1982.

CERVO, Amado Luiz.; BERVIAN Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. **Empreendedorismo Ciência, Técnica e Arte**. 2. ed. Brasília: CNI, 2001.

CHIEH, Nelson.; ANDREASSI, Tales. Intra-empreendedorismo: um estudo de caso sobre o entendimento e a aplicação dos fundamentos organizacionais associados ao termo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em Administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COLLINS, O.; MOORE, D. **The enterprising man**. East Lansing: Michigan State University, 1964.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

DIEHL, Astor Antônio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999a. 280 p.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora**: o ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento social sustentável. São Paulo: Cultura, 2003. 144 p.

DOLABELA, Fernando. Ensino de empreendedorismo na educação básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável. A metodologia pedagogia empreendedora. **Revista Factus**, São Paulo, 25 out. 2007. Disponível em: < <http://www.fts.com.br/fts/revistas/factus2/1Adm-Ensino.pdf> > Acesso em: 29 dez. 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. 299 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor - entrepreneurship**: práticas e princípios. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Sociedade pós-capitalista**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL. **Projeto Pedagógico**. Belo Horizonte: SEBRAE-MG, 2008. 109 p.

ESCOLA TÉCNICA DE FORMAÇÃO GERENCIAL. **Sistema de formação gerencial**: educar para a visão empreendedora, para a vida, para a cidadania. Belo Horizonte: SEBRAE-MG, [2002?], 13 p.

FERNANDES, Daniel Von der Heyde; SANTOS, Cristiane Pizzutti dos. As conseqüências do empreendedorismo nas organizações. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

FILION, Louis Jacques. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas**, São Paulo, p. 63-71, jul./set. 1991.

FILION, Louis Jacques. Visão e relações: elementos para um meta-modelo empreendedor. **Revista de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas**, São Paulo, v. 33, p. 50-61, nov./dez. 1993.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v. 34, p. 05-28, abr./jun. 1999.

FILION, Louis Jacques. Carreiras empreendedoras do futuro. **Revista SEBRAE**, Brasília, p. 35-51, out./nov. 2001b.

FILION, Louis Jacques. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. **Empreendedorismo Ciência, Técnica e Arte**. 2. ed. Brasília: CNI, 2001a.

FILION, Louis Jacques. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, Blumenau v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004. Disponível em: < <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/288/275> >. Acesso em: 4 out. 2008.

GADOTTI, M. **Pensamento pedagógico brasileiro**. São Paulo: Ática, 1990.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. São Paulo, 2001. Disponível em: < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2BB373591BBC9A0583257> >. Acesso em: 09 jul. 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil: relatório global 2002**. São Paulo, 2002. Disponível em: < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2BB373591BBC9A0583257> >. Acesso em: 09 jul. 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2003: relatório nacional**. São Paulo, 2003. Disponível em: < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2BB373591BBC9A0583257> >. Acesso em: 10 jul. 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2004**: Curitiba IBQP, 2005. 107 p. Disponível em: < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2BB373591BBC9A0583257> >. Acesso em: 10 jul. 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2006**: Curitiba IBQP, 2007. 228 p. Disponível em: < [http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/159F25C14EDA2E0F832572D600541730/\\$File/NT00035A4E.pdf](http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/159F25C14EDA2E0F832572D600541730/$File/NT00035A4E.pdf) >. Acesso em: 1 jan. 2009.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2007**: Curitiba IBQP, 2008. 167 p. Disponível em: < <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2BB373591BBC9A0583257> >. Acesso em: 21 jul. 2008.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo – uma visão comportamentalista. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 10., 2000, Maringá. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2000. 1 CD-ROM.

GUIMARÃES, Liliane de Oliveira. Empreendedorismo no Currículo dos Cursos de Graduação e Pós-graduação em Administração: Análise da organização didático-pedagógica destas disciplinas em escolas de negócios norte-americanas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002. 1 CD-ROM.

HAIR JÚNIOR, Joseph F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**. São Paulo: Saraiva 2006.

HISRICH, Robert D.; PETERS Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOMER, P. Endogenous Technological Change. **Journal of Political Economy**, Chicago, 1990; 71-102.

HYTTI, U.; O'GORMAN, C. What is "enterprise education"? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programs in four European countries. **Education + Training**, Yorkshire, v. 46, n. 1, 2004. p. 11-23.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Educação e Trabalho**. 1996. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaoodevida/indicadoresminimos/supme/analiseresultados2.shtml> >. Acesso em: 29 dez. 2008.

JONES, C.; ENGLISH, J. A Contemporary approach to entrepreneurship education. **Education + Training**, Yorkshire v. 46, n. 8/9, 2004. p. 416-423.

KNIGHT, F. H. **Risk, uncertainty and profit**. Boston: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Company, 1921. Disponível em: < <http://www.econlib.org/library/knight/knRUP.html> >. Acesso em 03 jul. 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LASTRES, Helena Maria Martins; FERRAZ, João Carlos. Economia da informação, do conhecimento e do aprendizado. In: LASTRES, Helena; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Informação e globalização na Era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Cap. 1. p. 27-57.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. 3. ed. Recife: Bagaço, 2002.

LEMOS, Cristina. Inovação na Era do conhecimento. In: LASTRES, Helena; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Informação e globalização na Era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Cap. 5. p. 122-144

LINS, Sérgio. **Sinergia**: fator de sucesso nas relações humanas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MACHADO, Márcio Roberto Loiola; AÑEZ, Miguel Eduardo Moreno; RAMOS, Rubens Eugênio Barreto. A educação superior e o potencial empreendedor: um estudo de caso em uma instituição superior privada. **Revista Cent. Ciênc. Admin.**, Fortaleza, v. 11, n. 1, p. 30-38, ago. 2005.

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

MARCOVITCH, Jacques. **Pioneiros e empreendedores**: a saga do desenvolvimento no Brasil. São Paulo: edusp, 2003.

MATLAY, H. Researching entrepreneurship and education: Part 1 – what is entrepreneurship and does it matter? **Education + Training**, Yorkshire. v. 47, n. 8/9, p. 665-677, 2005.

McCLELLAND, D. C. **Entrepreneurship and achievement motivation**: approaches to the science of socio-economic development. In: LENGYEL, P. (Ed.) Paris: UNESCO, 1971a.

McCLELLAND, D. C. The achievement motive in economic growth. In: KILBY, Peter. (Ed.) **Entrepreneurship and economic development**. New York: The Free Press, 1971b, p. 109-122.

McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MEDEIROS, Paula. Empreendedorismo presente nas escolas. **Revista SEBRAE**, Brasília, p. 28-34, out./nov. 2001.

MELLO, Guiomar Namó de. **Cidadania e Competitividade**: desafios educacionais do terceiro milênio. São Paulo: Cortez, 1998.

MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

MINTZBERG, Henry; AHLASTRAND, Bruce; LAMPLE, Joseph. **Safari de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. **O processo da estratégia**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOTTA, Paulo Roberto. **Transformação organizacional: a teoria e a prática de inovar**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NASSIF, Vânia Maria Jorge, et al. **A universidade forma empreendedores? Aspectos convergentes e divergentes sob a ótica de alunos, professores, pais e empreendedores**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

NISKIER, Arnaldo. **LDB: a nova lei da educação**. 7. ed. Rio de Janeiro: Consultor, 1997.

NOBREGA, Clemente. Vamos estudar pessoal? **Exame**, São Paulo, v. 33, n. 17, p. 66-76, 25 ago. 1999.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. 17. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

NOVAS regras: por que apoiar a Lei Geral? In: Guia do Prefeito Empreendedor. Brasília: SEBRAE, n. 2, 2007, p. 9.

PARK, KIL H. (coord.) *et al.* **Introdução ao estudo da administração**. São Paulo: Pioneira, 1997. 262 p.

PAIVA JUNIOR, Fernando Gomes de; CORDEIRO, Adriana Tenório. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002. 1 CD-ROM.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. **Análise de Dados Qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas, e sociais**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2004.

PINCHOT, Gifford III. **Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor**. São Paulo: Harbra, 1989.

PIRES, Aquiles Augusto Maciel. **Empreendedorismo, protagonismo e pedagogia de projetos: uma simbiose transdisciplinar**. 2006. 204 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2006.

RAY, D. M. Understanding the entrepreneur: entrepreneurial attributes, experience and skills. **Entrepreneurship & Regional Development**, n. 5, v. 4, p. 345-357, UK, 1993.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBERTS, Edward B. **Entrepreneurs in high technology: lessons from MIT and beyond**. New York: Oxford University Press, 1991.

SAKUDA, Luiz Ojima; GREGORI, Marco; TRULIN, Ana. **Empreendedorismo no Brasil: lições do setor terciário**. Business School São Paulo for International Management, Centro de Empreendedorismo e Inovação – CEI. São Paulo: [s.n.] 2003.

SANTOS, Sílvio Aparecido dos. **A criação de empresas industriais: a figura do empreendedor e a influência da tecnologia do processo**. 1983. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo. São Paulo. 1983.

SCHLEMM, Marcos Mueller. Apresentação. In: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2006**. Curitiba: IBQP, 2007. 228 p.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SEIFFERT, Peter Quadros. **Empreendendo novos negócios em corporações: estratégias, processo e melhores práticas**. São Paulo: Atlas, 2005.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E A PEQUENA EMPRESA DE MINAS GERAIS – SEBRAE-MG. **Perfil da micro e pequena empresa de Belo Horizonte**. Belo Horizonte, 1995.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil: relatório de pesquisa**: Brasília, 2004. 58 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE-NA. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade das MPE Minas Gerais 2005: relatório de pesquisa Vox Populi**: Brasília, 2007. 52 p. Disponível em: www.biblioteca.sebrae.com.br Acesso em: 22 mar. 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil: relatório de pesquisa**: Brasília, 2007. 54 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE-MG. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005**. Brasília, 2007. 60 p.

SMITH, A. **A riqueza das nações**: investigação sobre a natureza e suas causas. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SOUZA, Eda Castro Lucas de (Org.). **Empreendedorismo**: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas – ANPROTEC, 2001. 193 p.

STEVENSON, H.; GUMPERT, D. The heart of entrepreneurship. **Harvard Business Review**, Massachusetts, v. 63, n. 2, p. 85-95, 1985.

STEWART, Thomas A. **A riqueza do conhecimento**: o capital intelectual e a organização do Século XXI. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

TERRA, Branca; DRUMONND, Ricardo. **O empreendedorismo e a inovação tecnologia**. 2003. Disponível em: <
http://www.venturecapital.gov.br/VNC/empreendedorismo_e_a_inova%E7%E3o_tecnol%F3gica_CR.asp>. Acesso em: 27 jan. 2009.

TIMMONS, J. A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House Publishing, 1989.

TIMMONS, J. A. **New venture creation**. 4. ed. Boston: Irwin McGraw – Hill, 1994.

URIARTE, L. R. **Identificação do perfil empreendedor**. 2000. 139 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis. 2000.

VALENTE, José Armando. Educação a distância: ampliando o leque de possibilidades pedagógicas. **Revista Fonte**, Belo Horizonte, v. 5, n. 8, p. 105-113, dez. 2008.

VASCONCELOS, Maria Lúcia M. Carvalho. **A formação do professor do ensino superior**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2004.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE A

Questionário

Fase I – Caracterização do Aluno

Para cada pergunta dê apenas uma resposta, assinalando com um **X**, às questões abaixo:

1. Quanto ao gênero:

- a) Masculino b) Feminino

2. Faixa Etária:

- a) de 13 à 15 anos
- b) de 15,1 à 17 anos
- c) de 17,1 à 20 anos
- d) acima de 20 anos

3. Você esta formando neste ano?

- a) Sim b) Não

Se a resposta a esta pergunta foi sim, qual o ano previsto?

- a) 2009
- b) 2010
- c) 2011

4. Você é natural de?

- a) Belo Horizonte
- b) Grande Belo Horizonte
- c) Região Sul do Estado de Minas Gerais
- d) Região Norte do Estado de Minas Gerais
- e) Região Centro-oeste do Estado de Minas Gerais
- f) Região Leste do Estado de Minas Gerais
- g) Outros Estados

8. Número de pessoas que moram com você?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5
- f) Mais que 5

9. Você concluiu o 1º grau em?

- a) Integralmente em escola pública
- b) Integralmente em escola particular
- c) Maior parte em escola pública
- d) Maior parte em escola particular
- e) Em escolas comunitárias ou outro

10. Você mora em residência:

- a) *Própria* b) *Alugada*

11. A renda familiar de todos que moram com você é?

obs: o valor do salário mínimo é de R\$465,00

- a) até 01 salário mínimo
- b) até 03 salários mínimos
- c) até 05 salários mínimos
- d) até 10 salários mínimos
- e) acima de 10 salários mínimos

12. Quantas pessoas contribuem para a obtenção dessa renda familiar?

- a) Uma
- b) Duas
- c) Três
- d) Quatro
- e) Cinco
- f) Mais que cinco

13. Em qual região de Belo Horizonte você mora?

- a) Zona Norte
- b) Zona Sul
- c) Zona Leste
- d) Zona Oeste
- e) Moro na Grande BH

Fase II – Análise Escolar

Nas questões abaixo, assinale com um X a lacuna que mais está em concordância com o que você pensa ou acredita. Considerando 1= Nenhum (não penso e nem acredito nesta escolha) e o máximo é 5 (acredito e penso totalmente nesta escolha).

1	2	3	4	5
NENHUM				TOTALMENTE

Escolhi a ETFG-BH porque:

	1	2	3	4	5
a) É perto da minha casa					
b) Tem boa localização					
c) Gera <i>status</i> social					
d) É a escola do futuro					
e) É mais fácil que as outras escolas					
f) Tem boa reputação na cidade					
g) Fui influenciado por amigos					
h) Sempre quis estudar nesta escola					
i) Fui influenciado pelos meus pais					
j) Prepara o aluno para ser dono do seu próprio negócio					
k) Gera boa colocação e salário atraente					
l) Garante uma boa formação					
m) É fácil entrar / ser selecionado					
n) O aprendizado contribui para o meu desenvolvimento pessoal					
o) Tem currículo voltado para as necessidades do mercado					
p) Quero prestígio profissional no mercado de trabalho					
q) Posso seguir uma carreira universitária					
r) Tenho apoio da família					
s) Conversas com colegas					
t) Resultado de teste vocacional					
u) Tenho parentes que formaram na ETFG-BH					
v) Contribui para uma visão empreendedora					

Nas questões abaixo, assinale com um X a lacuna que mais está em concordância com o que você pensa ou acredita. Considerando 1= Nenhum (não penso e nem acredito nesta escolha) e o máximo é 5 (acredito e penso totalmente nesta escolha)

1	2	3	4	5
NENHUM				TOTALMENTE

A formação da ETFG-BH assegura:

1	2	3	4	5

a) Realização pessoal					
b) Competência empreendedora					
c) Ingresso no mercado de trabalho					
d) Criar meu próprio negócio					
e) Fazer curso universitário					
f) Preparar para minha independência financeira					
g) Capacidade de inovar					
h) Capacidade para lidar com o risco					
i) Maturidade profissional					
j) Pró-atividade					
k) Agressividade competitiva					
l) Capacidade de tolerar incertezas e insegurança					
m) Visão empreendedora					
n) Desenvolvimento da autonomia e responsabilidade					

Nas questões abaixo, assinale com um X a lacuna que mais está em concordância com o que você pensa ou acredita. Considerando 1= Nenhum (não penso e nem acredito nesta escolha) e o máximo é 5 (acredito e penso totalmente nesta escolha)

1	2	3	4	5
NENHUM				TOTALMENTE

Em relação a sua aprendizagem na ETFG-BH você acredita que:

	1	2	3	4	5
1. Tem condições plenas em aproveitar uma oportunidade e começar um negócio.					

2. Sua preparação vem contribuindo para agir reduzindo riscos e controlando resultados.					
3. Você se sente apto a mudar de estratégia a fim de enfrentar novos desafios ou superar obstáculos					
4. Contribui para fazer as coisas melhores, com eficiência e qualidade.					
5. Se sente comprometido com o ensino dado pela ETFG-BH.					
6. Considera-se apto a detectar oportunidades de negócio.					
7. Você tem condições, através de suas próprias observações, construir conceitos básicos da administração e do empreendedorismo.					
8. Tem condições de fazer uma reflexão sobre a vida empresarial.					
9. A metodologia do aprendizado contribui para o desenvolvimento de suas características, competências e habilidades empreendedoras.					
10. Você se considera auto-confiante.					
11. A aprendizagem que você esta adquirindo até o presente momento vem contribuindo para sua visão empreendedora.					

Espaço para sugestão e/ou comentários:
