

Formação empreendedora e atuação profissional: contribuições de escolas SEBRAE – Minas Gerais

Entrepreneurial training and professional activity: contributions
from SEBRAE / Minas Gerais schools

Frederico Cesar Mafra Pereira*, Eloísa Helena Rodrigues Guimarães** e Fabiana
Marques Silva Borges***

Informações do artigo

Recebido em: 03/08/2017

Aprovado em: 29/09/2017

Palavras-chave

Empreendedorismo. Formação
empreendedora. Formação gerencial.
SEBRAE.

Keywords:

Entrepreneurship. Entrepreneurial
Training. Management Training.
SEBRAE.

Autores

* Fundação Pedro Leopoldo (FPL Edu-
cacional), Mestrado Profissional em
Administração (MPA). Pedro Leopoldo,
Minas Gerais, Brasil.

e-mail: frederico.mafra@fpl.edu.br

** Fundação Pedro Leopoldo (FPL Edu-
cacional), Mestrado Profissional em
Administração (MPA). Pedro Leopoldo,
Minas Gerais, Brasil.

e-mail: eloisa.guimaraes@fpl.edu.br

*** Fundação Pedro Leopoldo (FPL Edu-
cacional), Escola de Formação Gerencial
(EFG FPL). Pedro Leopoldo, Minas
Gerais, Brasil.

e-mail: fabiana.borges@fpl.edu.br

Como citar este artigo:

PEREIRA, F. C. M.; GUIMARÃES, E. H. R.;
BORGES, F. M. S. Formação empreende-
dora e atuação profissional: contribui-
ções de escolas SEBRAE – Minas Gerais.
Competência, Porto Alegre, v. 10, n. 2,
dez. 2017.

Resumo

As organizações passaram a exigir profissionais cada vez mais qualificados para atenderem a um mercado flutuante e em rápida transformação. O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) priorizou ações educacionais voltadas à formação de jovens empreendedores com capacitação gerencial para suprir tal demanda. Este estudo investigou as contribuições da formação empreendedora na atuação profissional dos egressos das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE em Minas Gerais. Foi realizado estudo descritivo quantitativo junto a 221 egressos selecionados via amostra não probabilística por acessibilidade. Concluiu-se que a formação gerencial proposta contribui positivamente para a atuação profissional dos egressos, a partir dos seguintes resultados: 92% avaliaram o Curso de Formação Gerencial SEBRAE “Ótimo ou Bom”, 95% não se arrependeram de terem feito o curso, 80% consideraram “Ótimo ou Bom” o seu desenvolvimento durante o curso e 78% avaliaram como “Ótimo ou Bom” a contribuição do curso para sua formação profissional atual.

Resumen

Organizations now demand increasingly skilled professionals to serve a rapidly changing and floating market. The Micro and Small Business Support Service (SEBRAE) prioritized educational actions aimed at training young entrepreneurs with managerial skills to meet such demand. This study investigated the contributions of the entrepreneurial training in the professional activity of the graduates from SEBRAE Management Training Schools in Minas Gerais, Brazil. A quantitative descriptive study was carried out with 221 graduates selected through a non-probability sampling by accessibility. The results showed that the proposed management training contributes positively to the professional activity of the graduates. 92% evaluated SEBRAE Management Training Course as “Excellent or Good”, 95% did not regret having taken the course, 80% considered their development during the course as “Excellent or Good”, and 78% rated the course’s contribution to their current professional background as “Excellent or Good”.

1 Introdução

Novas formas de organização e de gestão modificaram estruturalmente o mundo do trabalho a partir da década de 1980. O aumento do processo de globalização desde 1990 impôs mudanças em várias dimensões nas organizações: política, econômica, tecnológica, ambiental e social. Um novo cenário econômico e produtivo se estabeleceu com o desenvolvimento e com o emprego de tecnologias complexas agregadas à produção e à prestação de serviços. Em consequência, passou-se a exigir profissionais qualificados tecnicamente e com capacidade criativa e sensibilidade social suficiente para atender à demanda de mercado fluante e desigual, com rápidas transformações.

Esse contexto exige cada vez mais capacitação e conhecimento. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015a), o diploma, por si só, não garante vaga no mercado de trabalho; por isso é preciso mudar também os paradigmas da educação. Essa conjuntura de mudanças no mercado de trabalho, aliada à escassez de empregos, traz uma maior importância ao estudo do empreendedorismo como um elemento indispensável para o desenvolvimento humano, social e principalmente econômico.

O Brasil apresentava, em 2010, a maior taxa de empreendedores em estágio inicial no mundo, segundo o relatório de análise internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), considerado o mais abrangente estudo sobre empreendedorismo no mundo, coordenado pela London Business School (instituição especializada em educação empresarial fundada em 1964 e situada na Inglaterra) e pelo Babson College (instituição especializada no ensino de empreendedorismo, fundada em 1919 nos Estados Unidos e referência em pesquisas acadêmicas sobre empreendedorismo).

No Brasil, a pesquisa é publicada pelo SEBRAE e pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ). O relatório do GEM Brasil (2016) revelou que o empreendedorismo no Brasil cresceu desde 2011, e que a Taxa Total de Empreendedores (TTE) foi de 36,0%, representando cerca de 48 milhões de indivíduos empreendedores (com idade entre 18 e 64 anos). Ainda segundo esse relatório, o SEBRAE foi destacado como órgão de maior apoio ao empreendedorismo, sendo citado por 10,4% dos entrevistados. Os fatores limitantes mais apontados foram políticas governamentais, educação, capacitação e apoio financeiro, e uma das principais recomendações relacionadas aos fatores mencionados foi a importância de se inserir conteúdo empreendedor nos três níveis de educação: i) na educação infantil, com o primeiro contato das crianças com o empreendedorismo; ii) no ensino médio, com competições de planos de negócios e o estímulo à criação de empresas e; iii) no ensino superior, através de um modelo conectado ao mercado e que apresente aos alunos o empreendedorismo como opção real de carreira.

Diante do potencial para o empreendedorismo no Brasil, o SEBRAE, desde 1990, priorizou as ações educacionais voltadas

para a formação de jovens empreendedores com capacitação gerencial, imbuídos de valores éticos e de cidadania com habilidade de serem empregadores, empregados, voluntários e cidadãos em qualquer setor econômico e sobre qualquer relação de trabalho, além de capazes de oferecer para a sociedade, de forma distribuída, utilidade, melhoria das condições de vida, soluções de problemas, renda, ciência, tecnologia, desenvolvimento, emoção, beleza, equilíbrio, cooperação, liberdade e democracia.

Em 1992, a Escola Técnica de Formação Gerencial de Belo Horizonte – ETFG-BH (atual Escola de Formação Gerencial EFG-BH) foi idealizada com o objetivo de suprir a formação de gestores para as pequenas empresas. Na Áustria, foi encontrado o referencial que serviu como parâmetro para a elaboração do seu Projeto Político Pedagógico, desenvolvido por meio de um acordo de cooperação com o Ministério de Educação e Artes, possibilitando o desenvolvimento de um modelo de formação gerencial adaptado à realidade brasileira. A partir de 1995, a escola alcançou notoriedade devido à sua metodologia inovadora e por oferecer o Ensino Médio em concomitância e articulação com o Curso Técnico em Administração. Em virtude disso, foram instaladas mais três escolas parceiras nas cidades mineiras de Contagem, Itabira e Patos de Minas, dando início ao Sistema de Formação Gerencial do SEBRAE-MG, o qual, segundo o Projeto Político Pedagógico de 2015, atuava com quatorze escolas parceiras, sendo treze em Minas Gerais e uma no estado do Maranhão (SEBRAE, 2015b).

Diante desse cenário, pesquisar as contribuições do ensino do empreendedorismo proporcionado pelo Sistema SEBRAE torna-se fundamental para o reconhecimento e difusão da educação empreendedora no Brasil. Assim, esta pesquisa propôs-se a investigar quais as contribuições da formação empreendedora na atuação profissional dos egressos das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE em Minas Gerais. Com isso, pretendeu-se contribuir para a academia com novos resultados sobre o estudo do empreendedorismo na formação técnica.

A fim de atender aos objetivos propostos, este artigo está estruturado em cinco seções, sendo esta introdução a primeira. Na segunda seção, apresenta-se a fundamentação teórica, com a revisão da literatura referente ao tema; na terceira, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho; na quarta seção, apresentam-se e discutem-se os resultados alcançados; e, por último, são feitas as considerações finais.

2 Referencial Teórico

O referencial teórico deste estudo descreve os conceitos e definições de empreendedorismo e de empreendedor utilizados por diversos autores, a formação empreendedora no mundo e no Brasil, bem como a proposta de ensino do empreendedorismo das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE.

2.1 Empreendedorismo: conceitos e evolução

Pesquisadores do empreendedorismo concordam que a origem do conceito está nas obras de Richard Cantillon e Jean Baptiste Say, considerados os primeiros a inserir o tema no cenário econômico (PEREIRA, 2010). Segundo Pereira (2010), os economistas associaram o empreendedorismo à organização de negócios, à inovação e a aspectos criativos e intuitivos pelos comportamentalistas. Em 1911, com a publicação da obra de Joseph A. Schumpeter denominada *Teoria de desenvolvimento econômico*, o significado de “empreendedor” foi conectado à inovação. Para esse autor, o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente, introduzindo novos produtos e serviços, criando novas formas de organização ou exploração de novos recursos materiais; o empreendedor seria, assim, a essência da inovação no mundo.

Em 1998, Peter Ferdinand Drucker, filósofo e economista austríaco, considerado o pai da Administração moderna, ampliou o conceito de empreendedor, articulando-o ao conceito do profissional inovador e proativo, aquele indivíduo capaz de aproveitar oportunidades para promoção de mudanças. Essa visão corroborava a definição de Fillion (1993), para quem o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

O SEBRAE (2016) define empreendedor como aquele que tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador, constantemente em busca de novos caminhos e novas soluções, sempre relacionados às necessidades das pessoas. Já o relatório GEM (2016) conceitua empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, podendo ser uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

Para a Endeavor (2015), organização líder no apoio a empreendedores de alto impacto, presente em mais de vinte países, o empreendedorismo pode mudar o mundo e o Brasil, gerando emprego, riqueza, formando profissionais capacitados, criando inovação, revolucionando o jeito de pensar. Alinhada a essa abordagem, a Junior Achievement (2015), associação educativa sem fins lucrativos, criada nos Estados Unidos em 1919 e hoje a maior organização mundial dedicada à educação empreendedora para jovens em idade escolar, presente em mais de 120 países, e em Minas Gerais desde 2003, acredita na capacidade e potencialidade do empreendedorismo como fator propulsor de mudança e incentivo para que os jovens assumam responsabilidade pelos próprios destinos, determinem seus objetivos, atuem na busca de metas e tenham coragem para correr riscos, além de perseverança e confiança em si próprios.

2.2 A formação empreendedora no mundo e no Brasil

Estudos publicados em 2005 por Howard Aldrich a respeito da história do empreendedorismo como disciplina acadêmica nos Estados Unidos da América (EUA) demonstram que, desde a década de 1970, havia debates em torno da legitimação desse campo de pesquisa. O estudo sobre o assunto cresceu a partir de pesquisas sobre pequenas empresas realizado nas Business School (Escolas de Negócios). Os primeiros cursos com foco na administração de pequenas empresas surgiram em 1947, na Harvard Business School, escola de especialização da Universidade de Harvard, voltada à administração de empresas, e em 1953 na University New York, importante universidade privada, sediada na cidade de Nova Iorque, e fundada em 1831.

A primeira conferência anual sobre empreendedorismo foi realizada em 1981, pela Babson College, instituição norte americana criada em 1919, e considerada, segundo Melo (2008), a referência em pesquisas acadêmicas sobre o tema. Ainda para esse autor, os obstáculos para a institucionalização do empreendedorismo como disciplina acadêmica estavam ligados à ausência de publicações especializadas e ao desinteresse pelas universidades de prestígio situadas nos Estados Unidos. Um dos fatos importantes para a consolidação do empreendedorismo foi a criação de algumas revistas, ainda na década de 1970, como a American Journal of Small Business (que mudou para Entrepreneurship Theory and Practice) e, a partir de 1988, a Family Business Review e a Small Business Economics.

O surgimento do mercado dot.com (denominação dada às empresas de tecnologia da informação e comunicação baseadas na internet). em 1990, possibilitou que livros e revistas sobre empreendedorismo se tornassem um produto do mercado publicitário. Tal surgimento e a publicação, em 1998, pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), do documento “Fostering the Entrepreneurship: a Thematic Review” foram considerados importantes fatores para disseminação do empreendedorismo pelo mundo. Nesse mesmo ano, a Comissão Europeia e o Fórum Econômico Mundial incluíram a criação de empresas como temática em suas pautas (DORNELAS, 2008). Destaca-se também como fator importante a presença de organizações como a Junior Achievement (2015) e o Instituto Endeavor (2015).

Além disso, desde 1988 é publicada anualmente a pesquisa General Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada pela Babson College (EUA) e pela London Business School (Inglaterra), cujo objetivo é medir a atividade empreendedora, a criação de empresas nos países e sua relação com o crescimento econômico. O estudo GEM estabeleceu um *ranking* mundial, via índice, que mede o potencial empreendedor de cada país (GEM, 2010).

O empreendedorismo foi difundido no mundo acadêmico, na literatura popular, na mídia e também nas atividades de ONGs e Organismos Internacionais. A ONU, após a II Guerra Mundial, buscou fomentar a criação de empresas, e, para isso, usou, além das linhas de crédito e treinamentos gerenciais, uma pesquisa realizada pelo psicólogo David McClelland para desenvolver programas de capacitação com foco na motivação. A partir dessas ações, criou-se um programa de treinamento em empreendedorismo conhecido como Empretec, executado em parceria com diversos países, desde 1988. No Brasil, é realizado pelo SEBRAE (SEBRAE, 2006).

No Brasil, a Formação Empreendedora foi marcada inicialmente pela criação do primeiro curso de especialização de Novos Negócios pela Fundação Getúlio Vargas, em 1981, e em 1984 pela extensão da disciplina para a graduação com o título de Criação de Novos Negócios – Formação de Empreendedores. Similarmente, em 1989 foi criado o Centro Integrado de Gestão Empreendedora (CIAGE), e, em seguida, cursos de empreendedorismo foram inseridos em nível de mestrado, doutorado e MBA (SEBRAE, 2016). Seguindo essa linha de institucionalização do empreendedorismo, em 1984 a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) passou a oferecer a disciplina de Ensino de Criação de Empresa no curso de Ciências da Computação; em seguida a Universidade de São Paulo (USP) implantou a disciplina Criação de Empresas na graduação em Administração e, em 1985, iniciou outra disciplina na pós-graduação voltada para empreendimentos de base tecnológica.

No início da década de 1990, o SEBRAE MG apoiou a criação do Grupo de Estudos de Pequenas Empresas (GEPE), no Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Nos anos de 1992 e 1994, esse grupo ofereceu *workshops* com professores canadenses, destacando-se a presença de Filion, responsável pelo desenvolvimento da Teoria Visionária, que facilita o entendimento de como, a partir do surgimento de uma ideia, de um produto ou serviço, forma-se um novo negócio. Também através dessa teoria, foi possível conhecer e compreender a importância e o estabelecimento das relações entre os empreendedores, os negócios e o ambiente em que estão inseridos (FILION, 1993; 2004; CIMADON et al., 2007).

Ainda em 1992, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) criou o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR), o qual, três anos depois, lançou uma incubadora de empresas (ambiente especialmente planejado com o propósito de apoiar iniciativas empreendedoras e projetos inovadores, por meio do oferecimento de infraestrutura, serviços especializados e assessoria gerencial de projetos de exportação de *software*). No mesmo ano, em parceria com o SEBRAE, a Faculdade de Economia da USP iniciou programas de formação de empreendedores para profissionais interessados em abrir seu próprio negócio. Nesse mesmo período, a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

criou a Escola de Novos Empreendedores (ENE) e os programas SOFTEX (Associação para Promoção da Excelência do *Software* Brasileiro) e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço) foram criados pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (MELO, 2008).

Também com a parceira do SEBRAE-DF, a Universidade de Brasília (UNB), em 1995, desenvolveu a Escola de Empreendedores. Em 1997, com o apoio do SEBRAE e do Instituto Euvaldo Lodi (IEL/MG) e da Federação das indústrias de Minas Gerais (FIEMG), surgiu a Rede de Ensino Universitário em Empreendedorismo (REUNE). Ainda, o SEBRAE, a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social (BNDES) e o CNPq foram responsáveis por desenvolverem os programas SOFTEX e GENESIS (citados anteriormente, que apoiam atividades de empreendedorismo em *software*, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de *software* conhecidas como *start-ups* (empresas, geralmente de base tecnológica, que criam modelos de negócio altamente escaláveis, a baixos custos e a partir de ideias inovadoras), aliados ao empreendedorismo digital com a utilização de ferramentas como *e-commerce* (comércio eletrônico), aplicativos móveis, *sites* de compras, dentre outros (MELO, 2008).

O SEBRAE tem sido considerado o órgão responsável por implantar a cultura do empreendedorismo no Brasil, nas universidades e no mercado como um todo, sendo também parceiro de várias entidades que promovem o empreendedorismo. Segundo Dornelas (2008), um curso de empreendedorismo deve considerar o desenvolvimento de três áreas de habilidades: i) técnicas – envolvem saber escrever, ouvir as pessoas, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir *know-how* técnico de sua área; ii) gerenciais – envolvem as áreas de criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa (*marketing*, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador); iii) características pessoais – envolvem aspectos como assumir riscos e ser disciplinado, inovador, orientado a mudanças, persistente e um líder visionário.

Para o SEBRAE (2013), a educação empreendedora propõe a ruptura de um modelo de prática educacional que privilegia a transmissão estática e a crítica de dados e informações sem estimular reflexões ou a aplicação dos saberes na forma de ações transformadoras. Para isso, é necessário capacitar o aluno a construir caminhos por meio de ações concretas e tecnicamente embasadas que tenham efetiva capacidade transformadora e o levem a aliar a teoria à prática.

Nessa mesma abordagem, é importante ressaltar a proposta da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBN/1996), referente à promoção da Educação Integral, valorizando as inicia-

tivas educacionais extraescolares e a vinculação entre o trabalho escolar e a vida em sociedade, e também a importante parceria do SEBRAE na capacitação de docentes em empreendedorismo para que eles despertem nos alunos o interesse pelo mundo dos negócios e o tema possa ser desenvolvido como disciplina eletiva.

Portanto, a educação empreendedora pode ser considerada como principal vetor do desenvolvimento dos países e regiões que aspiram a ver seus jovens como grandes empreendedores. No Brasil, o tema é muito diversificado, devido às diferenças regionais e às múltiplas nuances culturais. O empreendedorismo se manifesta de forma única em cada região, influenciado pela herança cultural, pelas vivências, pelas historicidades, pelas realidades econômicas e sociais únicas de cada parte do país.

Portanto, é a partir da década de 1980 que o empreendedorismo pode ser considerado um movimento social mundial, propulsor do pequeno negócio e um sinônimo de inovação e mudança.

Concluindo esta seção, e considerando as abordagens defendidas por McClelland (1961), Schumpeter (1982), Drucker (1998), Filion (1993; 2004), Souza (2001), Hisrich e Peters (2004), Dolabela (2006) e Dornelas (2008), e pelas instituições SEBRAE (2006), GEM (2010; 2016), Endeavor (2015) e Junior Achievement (2015), é possível verificar que algumas características são comuns nos muitos conceitos discutidos.

Independentemente dessas referências, McClelland (1961) foi um dos primeiros a usar as teorias da ciência comportamental para realizar estudos empíricos sobre a motivação para empreender (SANTOS, 2008; CARNEIRO, 2015). Portanto, optou-se por utilizar as competências do empreendedor adotadas por McClelland (1961), e presentes no Projeto Político Pedagógico do Sistema SEBRAE (2015b), para a elaboração do instrumento de coleta de dados utilizado neste trabalho, tendo como base três dimensões de análise: i) conhecimentos; ii) habilidades e; iii) competências.

3 Procedimentos Metodológicos

A metodologia corresponde a um conjunto de procedimentos a ser utilizado na obtenção do conhecimento. É a aplicação do método, por meio de processos e técnicas (BARROS, 2007). Para atingir o objetivo principal desta pesquisa, optou-se por um estudo descritivo, de caráter quantitativo. A escolha pela pesquisa descritiva se mostra adequada, uma vez que seu objetivo primordial é a descrição das características de determinada população ou fenômeno, utilizando técnicas padronizadas de coletas de dados (GIL, 2010), com a finalidade de identificar e obter informações (COLLIS; HUSSEY, 2005). Quanto à abordagem, optou-se pelo

método quantitativo. Collis e Hussey (2005) apontam que esse método é caracterizado por ser objetivo por natureza e focado na mensuração de fenômenos, envolvendo a coleta de informações e a análise de dados por meio de técnicas estatísticas.

Foi aplicado um questionário estruturado aos egressos de oito Escolas de Formação Gerencial (EFG) situadas em Minas Gerais. Esse método possibilitou uma avaliação geral do Curso de Formação Gerencial e de suas contribuições, na percepção dos egressos do curso em tal estado. Nesse estudo o questionário foi enviado aos respondentes por meio eletrônico. A fim de cumprir o objetivo geral de investigar as contribuições da Formação Empreendedora proposta pelo Sistema SEBRAE para atuação profissional dos egressos das Escolas de Formação Gerencial em Minas Gerais, optou-se por utilizar o modelo adaptado a partir de estudos de McClelland (1961).

De acordo com as informações fornecidas pelo SEBRAE Belo Horizonte, o volume de egressos no estado de Minas Gerais perfaziam um universo de 5.666 ex-alunos que concluíram o curso nas oito unidades que tinham informações a respeito desse público, ao final do ano de 2015. É importante ressaltar que a apuração desse total foi realizada pelo somatório de egressos de cada escola participante da pesquisa: EFG Arcos MG (576), EFG Belo Horizonte MG (2088), EFG Cataguases MG (478), EFG Contagem MG (807), EFG Itabira MG (429), EFG Nova Lima MG (818) EFG Pedro Leopoldo MG (419), EFG Sete Lagoas MG (51).

O questionário foi elaborado e disponibilizado aos egressos por meio da ferramenta Google Docs, no primeiro semestre do ano de 2016, havendo um total de 221 respondentes, o que equivale a 4% dos egressos dessas instituições.

De posse dos dados, foi utilizada como técnica para tratamento dos dados quantitativos a ferramenta de coleta do Google Docs. As informações foram organizadas em tabelas e em gráficos, no intuito de promover uma melhor visualização dos dados quantitativos alcançados pela pesquisa. Posteriormente, foram realizadas as análises, tendo como base a estatística descritiva, pois esta permite a apresentação, a análise e a interpretação de dados numéricos, através da criação de quadros, gráficos e indicadores numéricos, possibilitando identificar a existência de regularidades, tendências, ciclos, concentrações ou padrões (COLLIS; HUSSEY, 2005).

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Nesta seção, são apresentados e analisados os dados da pesquisa quantitativa aplicada aos egressos do Curso de Formação Gerencial SEBRAE das Escolas de Formação Gerencial situadas nas cidades de Arcos, Belo Horizonte, Cataguases, Contagem, Itabira, Nova Lima, Pedro Leopoldo e Sete Lagoas, a fim de identificar as contri-

buições dessa formação gerencial para a atuação profissional de seus egressos. Primeiramente, é apresentada a caracterização de cada uma das unidades em que se deu a pesquisa e, em seguida, são apresentados os resultados obtidos por meio do questionário.

4.1 Caracterização das EFG mineiras participantes da pesquisa

A Tabela 1 apresenta uma síntese da caracterização das oito escolas pesquisadas.

Tabela 1 – Caracterização das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE em Minas Gerais

Unidade SEBRAE	Ano de fundação	Número de alunos	Número de colaboradores	Curso
Arcos	1996	60	25	Ensino Médio/ Técnico em Administração
Belo Horizonte	1994	250	37	Ensino médio/ Técnico em Administração
Cataguases	1996	216	34	Ensino Fundamental II; Ensino médio/ Técnico em Administração
Contagem	1995	100	Não informado	Formação Gerencial
Itabira	1995	100	Não informado	Técnico em Administração
Nova Lima	1998	120	Não informado	Técnico em Administração
Pedro Leopoldo	1996	100	23	Ensino médio/ Técnico em Administração
Sete Lagoas	2011	68	30	Ensino médio/ Técnico em Administração

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com exceção da EFG SEBRAE Sete Lagoas, todas as escolas estão em funcionamento há mais de vinte anos em Minas Gerais, e oferecem o ensino médio concomitantemente ao curso técnico em Administração. As unidades que têm o maior número de alunos matriculados são as de Belo Horizonte e de Cataguases; as demais oscilam de 60 a 120 alunos (considerando os três períodos do ensino médio). As Escolas de Formação Gerencial com maior representatividade na pesquisa foram Belo Horizonte (31,7%) e Pedro Leopoldo (34,4%).

4.2 Perfil dos egressos

A partir das respostas dos 221 egressos na seção I do questionário, pôde-se conhecer o perfil dos respondentes. A amostra foi composta de 63,3% dos respondentes do sexo feminino e 36,7% do masculino. As faixas etárias com maior incidência foram de 18 a 24 anos, representando 83,7% da amostra, e de 25 a 29 anos, representando 6,8%. Quanto ao estado civil, 91% dos respondentes são solteiros e 9% são casados.

Constatou-se que o principal motivo que levou o egresso a se matricular no curso de Formação Gerencial SEBRAE foi a busca por qualificação profissional, representando 65,6% das citações,

seguido da referência da marca SEBRAE no mercado de trabalho, com 13,6%. Tais resultados refletem a consolidação da excelência do curso técnico e seu diferencial no mercado de trabalho, bem como a valorização da marca SEBRAE. Identificou-se que 54,3% dos respondentes cursaram o ensino fundamental em escolas particulares e que 67,4% não utilizaram bolsa de estudo para realizar o curso de Formação Gerencial SEBRAE. Tais informações são importantes na identificação do público-alvo e nas ferramentas de *marketing* dos processos seletivos. Quanto à formação acadêmica, 62% possuem ensino superior incompleto e 48% graduaram-se na área de Exatas. Um dado interessante a ser observado é o fato de apenas 9% dos respondentes não terem continuado os estudos em nível superior, sendo que a maioria optou pela graduação em Ciências Sociais Aplicadas (48%), promovendo assim a continuidade dos estudos na área de sua formação técnica.

4.3 Avaliação dos conhecimentos, habilidades e competências desenvolvidos no curso de Formação Gerencial SEBRAE, e da capacidade de aprendizado

Cada pergunta correspondente à seção II do questionário apresentado aos respondentes pertence a um tema de avaliação do curso de Formação Gerencial SEBRAE. Os valores percentuais alcançados nas respostas foram sistematizados em uma tabela, considerando a seguinte escala de classificação: 1- Péssimo, 2- Ruim, 3- Regular, 4- Bom e 5- Ótimo. As questões 1 a 5, 15, 16 e 24 referem-se à avaliação dos conhecimentos técnicos, teóricos e práticos, das habilidades e competências desenvolvidas no curso de Formação Gerencial SEBRAE. Conhecimentos, habilidades e competências englobam os conhecimentos teóricos e práticos, as competências, os recursos tecnológicos, a inter-relação entre teoria e prática, bem como as ações promotoras para o desenvolvimento do comportamento humano, da ética e da responsabilidade, que foram desenvolvidos durante o curso de Formação Gerencial SEBRAE.

No que tange à avaliação geral dos egressos quanto aos conhecimentos, habilidades e competências desenvolvidos durante o curso de Formação Gerencial SEBRAE, todos os itens tiveram avaliações positivas, e a média geral dos valores para os itens respondidos como “Ótimo e Bom” totalizaram 84,6%. Já para os respondentes que consideraram a avaliação como “Ruim e Péssima”, 9% estão insatisfeitos com os recursos tecnológicos disponibilizados pelas EFG. Essa informação deve ser analisada pelos gestores das unidades, visto que a inovação, aliada à tecnologia, é um dos principais pilares do empreendedorismo.

Com relação à avaliação mais detalhada sobre os grupos de conhecimentos abordados no curso de Formação Gerencial SEBRAE, Gestão de Pessoas (66,10%) e Administração Estratégica (60,6%) são considerados aqueles que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos, enquanto Ciências Sociais

(38,5%) e Sistemas de Informação (31,2%) foram apontados como os conhecimentos que menos contribuíram. Vale ressaltar que é possível que esse resultado tenha relação com os diferentes ramos de atuação profissional dos egressos.

Em se tratando das habilidades desenvolvidas no Curso de Formação Gerencial SEBRAE, observa-se que Relacionamento Interpessoal (77,8%) e Comunicação Eficaz (67,4%) são apontadas como as que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos, enquanto Criatividade e Inovação (18,6%) e Multiculturalismo (37,1%) são as habilidades que menos contribuíram, na visão dos egressos entrevistados.

No tocante às competências, identifica-se que Raciocínio Lógico, Crítico e Analítico (62,9%) e Identificação de Problemas (60,6%) são as competências que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos, enquanto Processo Produtivo (24%) é a que menos contribuiu. Um dado que merece ser enfatizado é que todas as competências relacionadas possuem um grau positivo de avaliação, demonstrando novamente que a relevância está diretamente ligada ao segmento profissional de cada egresso.

Ainda nesse contexto, analisando-se as dimensões mais relevantes no Conhecimento Gestão de Pessoas (66%), na Habilidade Relacionamento Interpessoal (77%) e na Competência Raciocínio Lógico (62%), percebe-se que as capacidades mais valorizadas pelo mercado de trabalho são o pensamento lógico aliado à capacidade de lidar com as pessoas, o que corrobora a visão de Gardner (1994) sobre inteligências múltiplas.

Em se tratando da avaliação do egresso quanto à sua capacidade de aprendizado, 88% dos respondentes considerou esse aspecto como “Ótimo e Bom”, e 6,5% o considerou como “Ruim e Péssimo”, demonstrando assim que o egresso considera muito bom o seu aproveitamento acerca da formação gerencial ofertada, considerando também que a aprendizagem resulta de um processo de interação formado pelo trinômio professor-aluno-conhecimento, sendo esse um indicador de suma importância, pois reflete a autoavaliação do egresso em relação ao curso.

4.4 Avaliação do estágio supervisionado e dos projetos estruturantes do curso de Formação Gerencial SEBRAE

O estágio supervisionado é o procedimento didático-pedagógico que pretende proporcionar, ao estudante concluinte da terceira série, aprendizagem social, profissional e cultural, mediante a vivência de situações reais de vida e do trabalho na comunidade em geral, sob a orientação e supervisão da EFG. É indispensável à formação profissional e pré-requisito para que o estudante receba o certificado de conclusão do curso. Os dados da pesquisa apontam que 77% dos respondentes responderam como “Ótimo e Bom” os

conhecimentos obtidos nas disciplinas do curso para realização das tarefas do estágio; 14% apontaram como “Ruim e Péssimo” a facilidade para conseguir estágios e outras atividades acadêmicas em função de ter concluído o curso de Formação Gerencial SEBRAE. Os resultados positivos sinalizam o reconhecimento do egresso quanto à importância da realização do estágio para a formação e melhor desempenho profissional no mercado de trabalho, mas é importante destacar a dificuldade para obtenção do estágio apresentada na avaliação de 14% dos egressos, mesmo com a referência do curso SEBRAE no mercado de trabalho.

Durante o curso de Formação Gerencial SEBRAE, são desenvolvidos três projetos estruturantes: Tutoria, Vitrine e Empresa Simulada. Ao verificar junto aos respondentes a avaliação desses projetos, observa-se um destaque para o projeto Vitrine, que apresentou percentual de 92,10% de avaliação “Ótimo e Bom”. O resultado geral dos três projetos comprova a sua importância na formação gerencial, visto que eles são considerados um dos principais diferenciais do Sistema SEBRAE.

4.5 Avaliação do curso de Formação Gerencial SEBRAE na atuação profissional

Nesse quesito, analisou-se a contribuição do curso de Formação Gerencial SEBRAE na atuação profissional dos egressos. Foram obtidos os seguintes resultados: 86% dos respondentes avaliaram como “Ótimo e Bom” a contribuição do curso para a melhora do entendimento sobre as relações de produção e o mercado de trabalho; 9% avaliaram como “Ruim e Péssimo” as oportunidades geradas pela conclusão do curso. Esses resultados comprovam a contribuição efetiva do curso de Formação Gerencial SEBRAE para atuação profissional que o egresso exerce ou já exerceu. Vale destacar ainda a avaliação positiva dos egressos (73%) quanto às oportunidades geradas por tal formação na sua vida profissional, apesar do resultado anterior no qual o egresso expressa uma dificuldade em conseguir estágio após a conclusão do curso.

4.6 Avaliação geral do curso de Formação Gerencial SEBRAE

Os dados da pesquisa indicam que 92,10% dos respondentes avaliaram o curso como “Ótimo ou Bom”, e apenas 0,90% o avaliaram como “Ruim e Péssimo”. O alto índice positivo indica também uma correlação positiva na aprendizagem do egresso, representando uma avaliação geral do curso nos seus aspectos: didáticos, instrucionais, teóricos, e outros.

4.7 Avaliação das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE em Minas Gerais

Analisando as escolas de Formação Gerencial SEBRAE pesquisadas, os resultados foram os seguintes: 88% dos egressos

consideraram “Ótimo ou Bom” a qualificação dos professores, enquanto 1,9% consideraram esse aspecto como “Ruim e Péssimo”, evidenciando-se assim, a satisfação e reconhecimento dos egressos quanto à qualificação profissional dos docentes que atuam nas EFG. É preciso destacar que a avaliação de um curso implica necessariamente a análise da organização e, principalmente, de seus docentes. Quanto à infraestrutura, equipamentos e laboratórios, 77,7% dos egressos consideraram-nos como “Ótimo e Bom”; e 5,1% os consideraram como “Ruim e Péssimo”, o que comprova uma avaliação geral positiva das EFG também em termos de infraestrutura.

4.8 Relacionamento dos egressos com as EFG SEBRAE em Minas Gerais

Os dados demonstram que 42,3% dos respondentes não mantêm nenhum tipo de contato com a instituição na qual concluíram o curso, e que apenas 10% já participaram de algum evento promovido pela EFG após terem se formado. Essa situação indica uma deficiência na comunicação das escolas com seus ex-alunos, já observada no início da pesquisa, quando se constatou que as escolas não possuem um banco de dados atualizado de seus egressos para que seja possível efetuar contato com eles e não permitindo, portanto, políticas de relacionamento com os ex-alunos após a sua passagem pelas escolas. No entanto, percebe-se que 86,9% dos respondentes possuem contato com seus ex-colegas, por iniciativas próprias de organização de redes e grupos informais, em plataformas de mídias sociais, como Facebook e WhatsApp. Essas ações poderiam ser potencializadas pelas EFG para a construção de um relacionamento com os egressos.

Os dados da pesquisa apontam que 95,9% dos respondentes não se arrependem de ter realizado o curso na EFG de origem. Tal índice expressa novamente a satisfação e aprovação dos egressos no que se refere à qualidade da formação gerencial e do quanto ela foi significativa para a vida profissional de cada um. Essa informação é de grande relevância para as escolas e para os gestores, visto que a indicação do egresso é uma importante ferramenta de *marketing* que pode ser utilizada na captação de novos alunos, estratégia que já é realizada pelas escolas.

5 Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo geral investigar quais as contribuições da formação empreendedora na atuação profissional dos egressos das Escolas de Formação Gerencial SEBRAE em Minas Gerais. Para atingir tal objetivo, foi realizada uma pesquisa de caráter descritivo e quantitativo. Adotou-se o modelo proposto por McClelland (1961) como marco teórico da pesquisa, visto tal modelo ser base do projeto político pedagógico do Sistema SEBRAE (2015b), contemplando os conhecimentos (Administração Estratégica, Finanças, Produção e Logística, *Marketing*, Sistema de

Informação, Gestão de Pessoas, Ciências Sociais), as habilidades (Relacionamento Interpessoal, Comunicação Eficaz, Liderança, Solução de Conflitos, Articulação, Criatividade e Inovação, Multiculturalismo) e as competências (Interpretação de Cenários, Formulação de Projetos, Avaliação de processos e resultados, Identificação de Problemas, Raciocínio Lógico, Processo Decisório) desenvolvidos durante o curso de Formação Gerencial.

Os conhecimentos sobre Gestão de Pessoas (66,10%) e Administração Estratégica (60,6%) são considerados aqueles que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos entrevistados. Em se tratando das habilidades desenvolvidas no curso de Formação Gerencial SEBRAE, Relacionamento Interpessoal (77,8%) e Comunicação Eficaz (67,4%) são apontadas como as que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos. No tocante às competências, Raciocínio Lógico, Crítico e Analítico (62,9%) e Identificação de Problemas (60,6%) são as que mais contribuíram para formação e atuação profissional dos egressos.

Pode-se concluir que a formação gerencial proposta pelas EFG SEBRAE em Minas Gerais contribui positivamente para a atuação profissional dos egressos. Essa informação é comprovada pelos resultados que indicam que 92% dos egressos avaliaram o curso de Formação Gerencial SEBRAE como “Ótimo ou Bom”, sendo que 95% dos egressos não se arrependem de terem feito o curso, 80% consideraram como “Ótimo ou Bom” o seu desenvolvimento durante o curso de formação gerencial, e 78% avaliaram como “Ótimo ou Bom” a contribuição do curso para sua formação profissional atual.

Por outro lado, identificou-se um novo desafio, no que se refere ao curso: foi possível observar os baixos índices de relacionamento das escolas com seus egressos, além da falta de um banco de dados com o cadastro atualizado dos seus ex-alunos. Estes dados servem de alerta às escolas e ao Sistema SEBRAE, tendo em vista que isso poderá prejudicar a imagem da instituição e o ingresso de novos alunos no futuro, visto que a referência do ex-aluno é considerada a principal ferramenta de *marketing* que uma instituição pode se utilizar para captação de novos alunos. Algumas ações de melhoria passam pela criação de canais de comunicação eficazes e de uma associação de ex-alunos. Uma vez adotadas, essas ações proporcionariam aos egressos a possibilidade de maior e melhor acesso à escola e aos ex-colegas.

A presente pesquisa apresentou limitações. Uma delas foi o acesso aos egressos. O SEBRAE Belo Horizonte se dispôs, ainda no momento de planejamento deste trabalho, a informar o banco de dados dos egressos das treze escolas existentes em Minas Gerais. Entretanto, isso não ocorreu na prática, o que limitou a amostra a 221 egressos e a oito escolas participantes. O contato com os egressos dessas escolas foi feito e possibilitado, em quase sua totalidade, pelas mídias sociais e grupos informais de ex-alunos.

Constatou-se, nesse momento do trabalho, que nenhuma EFG de Minas Gerais possui dados de seus egressos. Sendo assim, sugere-se às EFG do estado a criação de um banco de dados de egressos com informações atualizadas. Seria interessante também que as escolas promovessem encontros com os ex-alunos e criassem canais de comunicação mais constantes e diretos com este público.

Outra limitação apresentada pela pesquisa diz respeito à sua aplicação focada somente no quadro de egressos, sem considerar outros envolvidos no processo, tais como a família do egresso, os empregadores, clientes, colaboradores, dentre outros. Sugere-se também que pesquisas futuras incluam os outros envolvidos no processo, como forma de se obter uma visão ampliada dos impactos da formação gerencial oferecida pelas EFG SEBRAE.

Referências

- BARROS, A.J.D.S., LEHFELD, N.A.D.S. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CARNEIRO, C.A. *Comportamento empreendedor de gestores: estudo de caso em uma instituição pública de ensino superior*. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Fundação Pedro Leopoldo, Minas Gerais, Brasil, 2015.
- CIMADON, J.E., RUPPENTHAL, J.E., MANFROI, A.S. A aplicação da “Teoria Visionária” de Filion no desenvolvimento de MPEs: criadas por necessidade. In: XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2007. *Anais*, Foz do Iguaçu: ENEGEP, 2007.
- COLLIS, J., HUSSEY, R. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- DOLABELA, F. *O segredo de Luísa*. 30.ed. São Paulo: De Cultura, 2006.
- DORNELAS, J.C.A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- DRUCKER, P.F. *Inovação e espírito empreendedor*. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- ENDEAVOR. *Portal Endeavor Brasil*. Disponível em: <<https://endeavor.org.br>>. Acesso em: 10 set. 2016.
- FILION, L.J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *Revista de Administração de Empresas (RAE)*, São Paulo, v.33, n.6, p.50-61, 1993.
- FILION, L.J. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. *Revista de Negócios*, Blumenau, v.9, n.2, p.65-80, 2004.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*, 2010. Disponível em: <<http://www.ibqppr.org.br>>. Acesso em: 10 set. 2016.
- _____. *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*, 2016. Disponível em: <<http://www.ibqppr.org.br>>. Acesso em: 10 set. 2016.
- GIL, A.C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- HISRICH, R.D., PETERS, M.P. *Empreendedorismo*. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- JUNIOR ACHIEVEMENT. *Portal JA Brasil*. Disponível em: <www.juniorachievement.org.br>. Acesso em: 10 set. 2016.
- MCCLELLAND, D.C. *The achievement society*. Princenton (NJ): D. Van Nostrand, 1961.
- MELO, N.M. *Sebrae Empreendedorismo: origem e desenvolvimento*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, Brasil, 2008.
- PEREIRA, R.A. *As competências do educador na difusão da cultura empreendedora*. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Fundação Pedro Leopoldo, Minas Gerais, Brasil, 2010.
- REVISTA PASSO A PASSO. Brasília: SEBRAE, 2015a.
- SANTOS, P.C.F. *Uma escala para identificar o potencial empreendedor*. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 2008.
- SCHUMPETER, J.A. *A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Referenciais educacionais do SEBRAE*. Brasília: SEBRAE, 2006.
- _____. *Projeto político pedagógico*. Escola de Formação Gerencial Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo: SEBRAE, 2013.
- _____. *Projeto político pedagógico*. Escola de Formação Gerencial Belo Horizonte. Belo Horizonte: SEBRAE, 2015b.
- _____. *Portal SEBRAE*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em 3 fev. 2016.
- SOUZA, C.G. *Empreendedorismo e capacitação docente: uma sintonia possível*. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil, 2001.