



**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE
ADMINISTRAÇÃO**

GABRIELLE VIEGAS FOLETTTO

**SER, SABER E FAZER: A TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DE JOVENS
EMPREENDEDORES**

**RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA
2012**



GABRIELLE VIEGAS FOLETTTO

**SER, SABER E FAZER: A TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DE JOVENS
EMPREENDEDORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração como requisito parcial para obtenção do título grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Ricardo Schaefer

**RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA
2012**



GABRIELLE VIEGAS FOLETTTO

**SER, SABER E FAZER: A TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DE JOVENS
EMPREENDEDORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração como requisito parcial para obtenção do título grau de Bacharel em Administração.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Orientador: _____

Prof. Esp. Ricardo Schaefer
Antonio Meneghetti Faculdade

Membro: _____

Profa. Dra. Patrícia Wazlawick
Antonio Meneghetti Faculdade

Membro: _____

Prof. Me. Ângelo Accorsi
Antonio Meneghetti Faculdade

**RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA
2012**

AGRADECIMENTOS

Inicio essa infindável lista de agradecimentos com a mente mais brilhante que tive o prazer de conhecer e que dá nome a esta faculdade: Acadêmico Professor Antonio Meneghetti. Obrigada pela sua paixão pelo ser humano, que me inspira a ser o melhor que posso ser.

À formação que recebi na Antonio Meneghetti Faculdade. Posso dizer que foi uma feliz coincidência estudar aqui e, olhando para trás, foi um marco muito positivo em minha vida.

A todos os mestres que tive durante esses quatro anos. Os semestres passam rapidamente, mas os ensinamentos compartilhados – teóricos e práticos – permanecem para a vida, também como inspiração e coragem. Obrigada!

Ao meu orientador, Prof. Ricardo Schaefer, pelo seu vasto conhecimento aplicado a este trabalho. E à Professora Estela Maris Giordani, pela paciência e carinho com que trata os trabalhos acadêmicos. Sem dúvidas, só foi possível desenvolver este trabalho quando comecei a vê-lo com o mesmo amor que via a professora Estela.

Nos nomes da minha irmã Noelle, minha mãe Carla e meu pai Almir, agradeço a todos os meus familiares pelo apoio. Vocês são os melhores! Souberam compreender e, principalmente, respeitar todas as minhas decisões até hoje, sem nunca deixar faltar a palavra sincera e o apoio incondicional. Um muito obrigada é o mínimo que vocês merecem ouvir!

Aos meus colegas de classe, companheiros de curso e que acabaram tornando-se meus amigos, não pelo acaso, mas por escolha. Com vocês aprendi tanto sobre a vida e sobre as relações, além de ter vivenciado o sentido da palavra companheirismo. Vamos em frente, pois apenas concluímos a graduação, ainda existem as pós-graduações, o mestrado, o doutorado...

Àqueles que escolhi chamar de amigos, no sentido mais puro da palavra, meu infinito obrigada. O apoio incondicional, os e-mails trocados, as chamadas de atenção, tudo foi válido e esse trabalho existe também porque vocês ajudaram. Bruna, Clarissa, Daniela, Denise, José Luiz, Dr. Garcia, Miriane, Michele, Stéphanie, entre outros, um muito obrigada com muito carinho!

*“Nós somos aquilo que fazemos repetidamente.
Excelência, então, não é um feito, mas um hábito.”*

Aristóteles

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi identificar as dimensões e as particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores da Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE). Para a consecução deste objetivo, realizou-se uma pesquisa descritiva, com uma abordagem quali-quantitativa, seguida de aplicação de questionários. Inicialmente foram-se delineados alguns aspectos importantes para a compreensão do ambiente no qual esta pesquisa se desenvolve e, depois, apresentou-se a formação ontopsicológica que norteou a análise do tema. Os resultados apresentados foram subdivididos nos três aspectos essenciais da formação para este trabalho: as dimensões ser, saber e fazer. Cada dimensão possui elementos únicos, mas se revelaram parte de um todo, o qual é impensável separadamente.

Palavras-chave: jovem empreendedor; dimensões ser, saber e fazer; particularidades pessoais.

ABSTRACT

The objective of this study was to identify the dimensions and characteristics of the trajectory of training young entrepreneurs of the Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE). To achieve this goal, we carried out a descriptive study, with a qualitative and quantitative approach, followed by questionnaires. First up were outlined some important aspects for understanding the environment where this research is developed and then presented the Ontopsychological formation that guided the analysis of the topic. The results were subdivided into three essential aspects of training for this work: the dimensions be, know and do. Each dimension has unique elements, but proved to be part of a whole, which is unthinkable separately.

Keywords: young entrepreneur; dimensions being, knowing and doing; personal peculiarities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Trinácrio.....	22
Figura 2: Sexo dos entrevistados.....	27
Figura 3: Grau de instrução dos entrevistados.....	28
Figura 4: Conhecimento sobre línguas estrangeiras.....	33
Figura 5: Idade de início do estudo de língua estrangeira.....	33
Figura 6: Motivo de início do estudo de língua estrangeira.....	34
Figura 7: Estudo de assuntos de outras áreas.....	35
Figura 8: Conhecimento acerca da cultura geral mundial.....	36
Figura 9: Interesse em temas da cultura humana.....	37
Figura 10: Atividades praticadas durante o tempo livre.....	41
Figura 11: Responsabilidade por afazeres domésticos na infância.....	42
Figura 12: Experiência profissional entre os 6 e 14 anos.....	43
Figura 13: Experiência profissional entre os 15 e 20 anos.....	44
Figura 14: Experiência profissional entre os 21 e 25 anos.....	45
Figura 15: Experiência profissional dos 25 anos em diante.....	45
Figura 16: Experiência de viagem internacional.....	47
Figura 17: Atitudes de liderança na escola ou em grupos de amigo na infância.....	49
Figura 18: Acredita em um propósito de vida.....	51
Figura 19: Descobriu seu propósito de vida.....	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 OBJETIVOS.....	11
2 EMPREENDEDORISMO E FORMAÇÃO DOS JOVENS.....	13
2.1 ORIGEM E SIGNIFICADO DA PALAVRA ‘EMPREENDEDOR’.....	13
2.2 ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	14
2.3 ASPECTOS DO JOVEM NO BRASIL.....	15
2.4 FORMAÇÃO DE JOVENS.....	17
2.4.1 Formação na civilização grega.....	17
2.4.2 Formação no período republicano romano.....	18
2.4.3 Formação Humanista de jovens no séc. XXI.....	19
2.4.4 As três dimensões do humano.....	21
3 METODOLOGIA.....	26
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	27
3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	28
3.3 ANÁLISE DOS DADOS.....	30
3.4 PROCEDIMENTOS ÉTICOS.....	30
4 CARACTERÍSTICAS DA TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DOS JOVENS DA CONAJE.....	32
4.1 DIMENSÃO DO SABER.....	32
4.2 DIMENSÃO DO FAZER.....	40
4.3 DIMENSÃO DO SER.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS.....	55
ANEXO.....	58
APÊNDICE.....	60

1 INTRODUÇÃO

Comunicativos, enérgicos, inovadores. Este trabalho busca abrir um outro olhar para o jovem contemporâneo, com foco em sua trajetória de formação. Em constante mudança e buscando sempre a diferenciação em relação às gerações anteriores, o jovem brasileiro apresenta uma característica essencial na sua formação pessoal: 55% de quase 26 milhões de jovens brasileiros sonha com sua formação profissional/emprego, enquanto 15% sonha com a casa própria, 9% sonha com o dinheiro, 6% sonha com sua família e apenas 3% sonha com carro/moto/eletrodomésticos, conforme indica a pesquisa “O sonho brasileiro”, feita pela empresa Box 1824 (2011). Isso indica que existe o interesse e a busca pela própria autonomia, seja ela econômica ou psicológica, o que já demonstra uma característica empreendedora na maioria dos jovens.

Além da formação profissional/emprego, o jovem atual possui um sonho mais ousado para o futuro: empreender; como revela a pesquisa realizada pela Endeavor (2011), que indica que 48,2% dos estudantes universitários do país acreditam no empreendedorismo como uma opção válida de carreira a ser trilhada. Tem-se uma combinação de dois ingredientes fundamentais para uma trajetória de sucesso: foco no desenvolvimento profissional e sonho de empreender.

Partindo-se disso, surgem algumas perguntas, como: qual é o perfil desse jovem, que possui esses sonhos, no que tange suas características pessoais? Por quais experiências de vida passaram esses mesmos jovens? Podemos condensar essas informações e características de modo a chegar em um “perfil-padrão” do jovem empreendedor? Ou seria justamente a exclusividade que os torna jovens empreendedores? Assim, o problema desta pesquisa é identificar as dimensões e as particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores.

Justifica-se a escolha do tema de pesquisa com uma proposta de reflexão sobre algumas particularidades que fazem a autora considerar-se uma jovem empreendedora. Através dele, pretende-se não só descobrir pontos em comum entre a mesma e outros jovens considerados empreendedores, mas também identificar pontos que ela ainda não desenvolveu no caminho do empreendedorismo. Dessa maneira, almeja-se ainda apresentar orientações práticas relacionadas às dimensões ser, saber e fazer, no sentido de que a pesquisa possa servir, de forma prática, para outras pessoas que também desejam aperfeiçoar seu perfil empreendedor.

No âmbito acadêmico científico, acredita-se que a pesquisa torna-se inovadora na medida em que aprofundar-se-á na definição de um ou mais perfis do jovem empreendedor, isto é, buscará apresentar de forma prática quais conhecimentos específicos a maioria dos jovens busca, por quais experiências de trabalho ou de vida esses jovens passam, quais são as principais características pessoais – repetem-se, cada um apresenta uma única, são herdadas da família? – que os jovens mostram etc. E do resultado desse trabalho, propõe-se a apresentação de orientações práticas para quem deseja desenvolver ou apenas aguçar seu próprio perfil rumo ao empreendedorismo.

1.1 OBJETIVOS

O objetivo geral desse trabalho é identificar as dimensões e as particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores da Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE) a partir das dimensões ser, saber e fazer.

Os objetivos específicos dividem-se em:

- 1) Identificar quais são os conhecimentos (saber) buscados nas diferentes épocas de formação, as habilidades (fazer) e as particularidades individuais (ser) que constituem o perfil dos jovens empreendedores da CONAJE;
- 2) Refletir sobre as características símile de jovens empreendedores que possam servir como orientações práticas para a formação de outros jovens.

O presente trabalho apresenta como tema a formação de jovens, e como delimitação do tema a trajetória pessoal dos mesmos nos âmbitos do ser, saber e fazer.

No primeiro capítulo são apresentados o problema de pesquisa, o tema e sua delimitação, a justificativa, o objetivo geral e os objetivos específicos que norteiam o presente trabalho e que correspondem à relevância da pesquisa.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico com revisão bibliográfica, onde autores que já perscrutaram este tema sobre jovens e suas decisões acerca da própria trajetória de formação. Também apresenta a origem e o significado do conceito ‘empreendedorismo’, e uma breve apresentação sobre a realidade do jovem e do empreendedorismo no Brasil no contexto do século XXI.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa, bem como a estruturação metodológica da mesma, o instrumento de coleta de dados, a caracterização da amostra e como foi feita a análise dos dados coletados.

O quarto capítulo apresenta os dados obtidos com a pesquisa realizada e as reflexões acerca dos mesmos.

O quinto capítulo pontua as considerações finais acerca desta pesquisa.

Como anexos e apêndices, ainda são apresentados o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” e o questionário, que foram enviados aos entrevistados durante a coleta de dados.

2 EMPREENDEDORISMO E FORMAÇÃO DOS JOVENS

2.1 ORIGEM E SIGNIFICADO DA PALAVRA ‘EMPREENDEDOR’

A palavra ‘empreendedorismo’ possui origem latina e significa empreendedor, aquele que faz de modo responsável. Deriva da palavra latina *intra*, que quer dizer “entre diversas coisas”, e *prahendere* que significa “assumir, responsabilizar-se”. Ou seja, entende-se por empreendedor aquele que, nas mais variadas tarefas e situações, assume o que precisa ser feito, responsabiliza-se pelas ações que devem ser realizadas (HOUAISS, 2009).

O termo ‘empreendedorismo’ como usamos hoje também se inspira no vocábulo francês *entrepreneur*, cujas origens remontam ao século XVII, e foi criado para classificar os estudos focados no empreendedor, seu perfil e suas origens. Por sua vez, *entreprenant*, outra palavra francesa de mesmo sentido, traz em seu significado os adjetivos que classificam quem pode ser chamado como tal: empreendedor, ousado, arrojado, atrevido, conforme traz Burtin-Vinholes (1991, p. 191).

Outra definição é a de Houaiss (2009), que traz como significado de ‘empreendedor’: “aquele que empreende”, enquanto ‘empreendedorismo’ é a “iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, gerenciar com alterações que envolvem inovação e riscos”. Com essa definição entende-se que não se precisa ser o dono da empresa para ser empreendedor, pelo contrário, já se é empreendedor quando se propõe uma mudança para melhor, seja em empresas ou processos já existentes.

Traz-se Meneghetti (2008, p. 22) que define a palavra líder como “propriamente, indica o dirigente, a pessoa-vetor, aquele que controla as operações. É uma capacidade de síntese em um contexto de relações. É o centro operativo de diversas relações e funções”. Pode-se trazer esse conceito também para o conceito ‘empreendedor’, pois a definição também relaciona a pessoa à ação, à responsabilidade de agir. Entende-se que o líder opera pessoas e meios a fim de atingir um objetivo, tal qual as definições de empreendedor vistas até agora.

A linha que permeia as definições perpassa sempre o sentido do homem que faz, aquele que age e, quando o faz, serve de auxílio para muitos, seja como instrumento ou inspiração. Em nenhuma definição o empreendedor aparece vinculado a um cargo, evidenciando que o sentido

do empreendedorismo é além da posição que se ocupa na empresa, mas é um modo de ver as coisas e a sua atitude em relação a elas.

Pesce (2012) define o sentido do empreendedor como aquele que coloca a “mão na massa”. Entende-se que o empreendedor não pode delegar a outro aquilo que é sua responsabilidade, pois o modo que precisa ser feito, os resultados esperados, o alcance desejado, são palpites, muitas vezes, do empreendedor, e apenas ele sabe como conduzir da melhor forma possível.

Novamente, o conceito de empreendedor se aproxima muito do conceito de líder, trazido por Meneghetti. O autor (2008, p. 189) cita que a palavra líder foi encontrada, pela primeira vez, na língua *viking*. Também traz que “esse termo, substancialmente, indicava um homem que tinha um projeto a cumprir e estimulava também os outros a realizá-lo”. Isto é, fala-se sempre de um indivíduo que tem uma ideia a ser realizada e que consegue envolver outras pessoas nesse contexto, sem, porém, ausentar-se ou delegar sua responsabilidade. Meneghetti complementa:

Este líder, encontrando-se no mar em sua própria embarcação com um grupo de pessoas que havia convencido a segui-lo, não podia seguir diversas rotas ou direções, mas sempre e somente aquela que havia escolhido, e sabia usar os ventos a favor, evitando aqueles contrários. Trata-se de salvar a identidade do bem interno individual (bem de quem opera) e no bem da própria obra (MENEGETTI, 2008, p. 189).

Conclui-se o conceito de empreendedor, tomando emprestadas algumas passagens do conceito de líder, como aquele indivíduo que, uma vez tida a ideia de fazer, responsabiliza-se em primeira pessoa, move recursos e as pessoas do seu ambiente e conclui o que deve ser feito, colocando a “mão na massa”.

2.2 ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

No contexto atual do séc. XXI vemos que, sendo o empreendedor uma pessoa capaz de transformar a realidade a partir de seu conhecimento aliado a sua força de vontade, se o mesmo for incentivado e estimulado, promoverá o desenvolvimento e o crescimento de todo o contexto em que está envolvido. Felizmente, essa realidade otimista existe no Brasil atual.

O maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora a nível mundial é realizado pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Esse estudo iniciou-se em 1999, em dez países, e

a partir de 2010 expandiu-se para 59 economias, tendo o Brasil como participante pela primeira vez em 2000. Os dados obtidos na pesquisa foram colhidos por meio de uma pesquisa quantitativa, aplicada a uma população pertencente à faixa etária de 18 e 64 anos. Conforme as pesquisas da GEM realizadas em 2011, 65,9% dos empreendedores do país possui menos de 44 anos, o que demonstra que o potencial da juventude brasileira começa a tornar-se resultado.

Nota-se que os jovens atuais buscam mais estudos e formação, o que é confirmado pelo aumento dos números de pessoas dentro das escolas e universidades nas últimas décadas. E, entre aqueles que não estão ou ainda não passaram pelo Ensino Superior, 77% tem a intenção de graduar-se. Esse desejo é presente em todas as classes sociais, conforme a pesquisa “O sonho do brasileiro” (2011). Além do estudo, esses jovens buscam preparar-se mais diante do mercado de trabalho, principalmente para estarem prontos e fazerem frente à economia do mundo (SCHAEFER, 2012).

Outro aspecto interessante é que, ainda segundo a pesquisa realizada pelo GEM (2011), temos 2,24 empreendedores por oportunidade para cada 1 empreendedor por necessidade no país. Isso significa que, para cada sujeito que se torna empreendedor, porque esse foi o caminho apontado para continuar se sustentando, duas pessoas tornam-se empreendedoras porque tiveram visão e identificaram uma oportunidade de abrir um negócio que tivesse aceitação no mercado. Esse número indica que os brasileiros começam a acordar para o cenário favorável que existe no país e resolver arriscar seu capital e seu conhecimento, para montar seu próprio empreendimento.

2.3 ASPECTOS DO JOVEM NO BRASIL

O entendimento do que é ser considerado jovem é um argumento discutido por diversos autores. A Organização Internacional do Trabalho definiu os jovens como:

O grupo etário entre os 15 e 24 anos, mas varia de país para país. Nos países industrializados, a idade mínima limite corresponde, em geral, à idade mínima do fim da escolaridade obrigatória. A máxima varia. Nos países em desenvolvimento, a idade mínima limite também varia muito. No Brasil e muitos outros países, as estatísticas oficiais de população economicamente ativa têm 10 anos por base, mesmo que essa idade seja ou se tenha tornado ilegal para trabalhar (OIT, 2011, p. 9).

Nesse trabalho, optou-se por usar a definição de jovem apresentada por Petry et. al. (2011, p. 55): “é quem tem íntegro o potencial de poder dar evolução biológica, funcional, estética, de

liderança como ‘top líder’. Não pode ser circunscrito em uma idade precisa”. Além disso, utilizou-se como critério de julgamento para ser jovem o pertencimento a uma entidade que reúne jovens empresários de todo o país.

Tendo presente o contexto atual altamente informatizado e tecnológico, em um mundo que diariamente precisa se atualizar em um quântico de informações que aumenta colossalmente, acessar o mercado de trabalho passou a requerer mais do que formação educacional ou profissionalizante. No que tange o acesso dos jovens ao mercado de trabalho e ao emprego, muitos autores acentuam

que isso parece depender das recentes modificações nas estruturas produtivas, especialmente com a introdução de novas tecnologias, que afetam o perfil setorial do emprego, transformam as atividades profissionais, alteram o funcionamento do mercado do trabalho e modificam, inclusive os modos de vida (MARTINS, 1997, p. 100).

A educação por si só, mesmo que atingisse níveis considerados ótimos para os padrões atuais, em muito deficientes quanto à quantidade e qualidade, não seria suficiente para preparar o jovem para o mercado de trabalho, exigindo características como iniciativa, criatividade, estabilidade emocional, capacidade de resolver problemas, entre outras, consideradas características muito próximas aos empreendedores.

Sobre essa provável deficiência ainda é preciso acrescentar que a tecnologia, ao criar máquinas que substituem o capital humano, exige que esse se qualifique ainda mais rapidamente, para que ao invés de ser substituído ou apenas operar máquinas, possa coordená-las ou coordenar o setor a que elas atendem. Nesse quesito, aqueles que possuem mais experiência, e em muitos casos mais idade, no setor substituído por essas máquinas, por exemplo, levam vantagem.

Tendo em vista essa situação e também que o papel dos jovens no cenário do país é de, fundamentalmente, acentuar o avanço, o que estaria faltando ensinar a eles?

No Brasil, o papel da educação como pilar do progresso da sociedade brasileira foi enfatizado pela nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB). Se por um lado, o contínuo crescimento relativo do grupo dos jovens de 15-24 no Brasil gera problemas de desemprego e desafios de inclusão social, por outro lado o *potencial econômico* desse grupo parece ter sido subestimado. Na medida em que o conhecimento científico-tecnológico e a inovação se tornam cada vez mais fundamentais nos processos de desenvolvimento econômico e social, o papel da juventude adquire também maior relevância, uma vez que os jovens têm relativa facilidade de se adaptar a mudanças e de assumir novos desafios (OIT, 2011, p.14-15).

Talvez esteja faltando um novo olhar ao jovem brasileiro, que possui todas as novas oportunidades escancaradas, bem como um potencial interior que o motiva para fazer mais, porém, não se sente preparado para essa nova realidade por não ter os meios técnicos e científicos que o dariam confiança de agir.

2.4 FORMAÇÃO DE JOVENS

Apresenta-se aqui um apanhado histórico sobre a formação de jovens no período da civilização grega e no período romano, que traz características de uma formação ao fazer, ao responsabilizar-se pelos próprios atos. Traz-se também outro modo de formação – a Ontopsicológica – que segue a mesma linha, porém, nos dias de hoje.

2.4.1 Formação na civilização grega

Conforme Carotenuto (2012), o período considerado da civilização grega inicia-se no século VIII a.C. , com a invenção da escrita alfabética fonética e com a realização da I Olimpíada, documentada em 776 a.C. Em uma época condenada pelas guerras e lutas sem intervalos, a formação do jovem grego era voltada para o desenvolvimento da competência da defesa.

A sociedade era dividida entre a classe nobre – guerreiros e filhos dos guerreiros – e o povo – camponeses e artesãos. Nesta época não existiam empresas como temos hoje, porém o empreendedorismo era já presentes em grandes homens.

A autora remonta o cenário da época com a descrição:

A classe nobre não era dedicada somente ao puro exercício da força bruta, mas desenvolve toda uma atividade de conselhos e assembleias, que exige capacidade de oratória, e nas muitas ocasiões de vida convival, em paz ou em guerra, era estimulada a atividades artísticas e lúdicas (CAROTENUTO, 2012, p. 36)¹.

Já se formava um jovem com capacidade para representação de parte da sociedade em situações que exigissem formalidade. Havia preocupação com o preparo do jovem para a vida

¹ Tradução da autora: “Tuttavia la classe nobile non è dedita al puro esercizio della forza bruta, ma svolge tutta un’attività di consigli e assemblee, che esige capacità oratoria, e nelle molte occasioni di vita conviviale, in pace e in guerra, è stimolata ad attività artistiche e giucose”.

social, e se faziam presentes o estudo da oratória e o aprendizado para receber pessoas, seja em jantares ou em eventos sociais.

A educação do cavaleiro compreendia o esporte, exercícios de cavalaria, caça, equitação, dardo, luta etc., e também algumas atividades artísticas como o canto e tocar a lira. Isso evidencia a sempre presente preocupação de formar um guerreiro competente para a luta, mas também formar a pessoa que existia por trás, com o ensino de atividades artísticas que aumentam a sensibilidade do homem para outros aspectos da vida. As características valorizadas na época e que também era ensinadas aos cavaleiros eram a ética da honra, a ética da sabedoria e da medida. Iniciava-se já um conceito de virtude, entendida hoje como “uma qualidade moral particular” (HOUAISS, 2009), a qual o cavaleiro deveria possuir e carregar consigo. A civilização ocidental deve muito à formação do homem grego, pois esse ideal de formar uma pessoa com virtudes, além de uma profissão, existe ainda hoje.

2.4.2 Formação no período republicano romano

O período republicano em Roma durou do século VIII ao século I a. C. A cultura, nessa época, tinha origem e caráter camponês. O modo de vida do romano antigo constituía-se pelo poder. Esse não era muito grande, porém continha a casa colonial, onde ele ocupava-se pessoalmente da cultura da terra e do trato dos animais, com a ajuda da esposa, dos filhos e de algum escravo.

Nessa época, os jovens eram formados com uma visão para o futuro: “A formação do jovem, homem ou mulher, não era nada além de um tirocínio prático para aprender aquilo que era necessário para levar adiante as tradições e atividades dos pais” (CAROTENUTO, 2012, p. 73)². Destaca-se a expressão ‘tirocínio prático’; o significado de tirocínio é: “prática, exercício preliminar indispensável ao desempenho de determinada profissão; experiência” (HOUAISS, 2009), ou seja, a formação no período em questão priorizava o aprendizado na prática de tudo aquilo que o jovem deveria saber para dar continuidade nos negócios da família.

² Tradução da autora: “La formazione Del Giovane, maschi e femmine, non era altro che un tirocinio pratico per imparare ciò che era necessario per portare avanti le tradizioni e le attività dei genitore”.

2.4.3 Formação Humanista de jovens no séc. XXI

A partir do nascimento e desenvolvimento do Humanismo, destaca-se a busca do homem pelo conhecimento e por entender a essência do que é esse homem. Essa busca foi também alvo de estudos do Acad. Prof. Antonio Meneghetti, que sempre foi apaixonado pelo ser humano, entendido como um projeto inteligente da vida. Por isso, a inspiração de todo o pensamento humanístico ontopsicológico é a visão clássica, que evidencia o ser humano.

A formação ontopsicológica baseia-se na Ontopsicologia, ciência fundada por Antonio Meneghetti. O termo Ontopsicologia é a união de três palavras: do grego antigo, [eîmî] = ser, [psyché] = alma e [logos] = estudo. Meneghetti (2012) a define como: “é a reproposta do conhecimento elementar para reimpostar o sujeito humano em contato consciente e operativo com o mundo-da-vida ou com a realidade do ser, com o escopo de realização individual e integral”. Ou seja, é o conhecimento essencial e básico do ser humano usado para colocá-lo em contato novamente consigo mesmo para saber o que fazer, aqui e agora, a cada momento, com o objetivo de autorrealização.

A formação prática de um jovem, segundo a metodologia ontopsicológica, propõe a esse o aprendizado de pequenas tarefas rotineiras, porém básicas, como limpeza e organização de ambientes, conhecimentos de cozinha, cuidado do jardim, trabalho com madeira etc. Aliado a isso, o jovem é o responsável por manter o seu ambiente pessoal em ordem e limpo, tudo isso com o escopo de três grandes ensinamentos:

- a) ensinar ao jovem coisas elementares do próprio existir e que são fundamentais para iniciar uma autonomia; b) introduzir os jovens à responsabilidades civis cotidianas; c) iniciar uma experimentação sobre suas tendências, seus maiores interesses, suas inclinações naturais (PETRY et. al., 2011, p. 82).

A partir dessa formação, o jovem aprende a responsabilizar-se por aquilo que faz, desenvolver-se em atividades que o garantem maior autonomia e conhecimento, para depois então descobrir do que gosta, com que área possui maior afinidade e então decidir sua área de atuação.

Bernabei (2011, p. 27-30) traz outros cinco aspectos que podem servir de dicas importantes no que tange o desenvolvimento do jovem. Para a autora, esses cinco pontos permitem criar a própria base econômica para quem quer entrar no mercado de trabalho e obter

um emprego, a fim de realizar as próprias ambições e fazer uma formação. São eles: 1) *ter um diploma*: um reconhecimento social que dá a possibilidade de operar em determinada área; 2) *saber ao menos uma língua estrangeira*, além da língua de origem: não se pode mais pensar-se isolado, pois o mundo hoje se aproximou como um todo. Saber uma língua estrangeira é ampliar seu raio de ação; 3) *saber usar computador e internet*: atualmente, a tecnologia dita mudanças nos mais diversos aspectos sociais e da economia, é indispensável entendê-la; 4) *especializar-se em um campo de interesse*: saber atuar em alguma área com autonomia e conhecimento sempre atualizado resulta em ganho nos resultados. Porém, tudo o que se sabe fazer bem, deve-se sempre ser atualizado, aprender continuamente (*life long learning*), pois um conhecimento atrasado torna-se imediatamente um não saber fazer bem; 5) *aprender a falar em público* e, imediatamente, reforçar a própria imagem: dominar um público que lhe ouve é uma sensação ímpar, além de mostrar uma capacidade que a grande maioria dos jovens não possui, tornando-se um excelente diferencial.

Meneghetti (2008, p. 25-29) ressalta dois meios substanciais e existenciais da personalidade de um líder, que podem ser transpostas ao entendimento da figura do empreendedor, pela proximidade dos conceitos de líder e empreendedor. São elas: 1) formação cultural, subdividida em a) cultura geral, b) cultura específica, e c) experiência nas relações diplomáticas; 2) transcendência dos estereótipos. O ponto 1.a refere-se à cultura de seu país e do ambiente onde vive, porém indica também saber um pouco de todos os campos do conhecimento. Enquanto que o ponto 1.b entende por cultura específica aquela referente ao seu campo operativo pré-escolhido, do qual deve ser o maior conhecedor. O ponto 1.c faz referência ao aspecto diplomático de saber se relacionar bem com as pessoas, independente da sua cultura, se o jovem deseja ganhar o seu dinheiro ou aquilo que elas têm. O ponto 2 apresenta a transcendência dos estereótipos, isto é, é necessário revisar seus modos de ação em relação às condutas e aos hábitos adquiridos individualmente e no grupo social. É preciso superar e destacar-se das suas crenças, fantasias, vícios e todos aqueles comportamentos tidos como absolutos.

Meneghetti (2008) também lembra que, para o jovem que deseja tornar-se um líder, é importante saber servir mais do que os outros. Não basta saber tudo sobre seu campo de atuação, deve também oferecer o melhor serviço, saber identificar a necessidade do cliente.

Em relação ao dinheiro, o autor (2009b, p.90) salienta que o jovem líder deve aprender a segurança do mesmo, seja esse herdado, investido ou obtido pelo trabalho. É necessário ter uma

segurança econômica mínima, através de “uma atividade que tenha um potencial expansivo de investimento e ganho”, para que se tenha sustentação como um indivíduo social. Esse conceito também faz referência à base econômica, aquela atividade que se sabe fazer bem, e ao autossustento. Sobre esse, o autor entende que o jovem deve aprender a fazer diversos ofícios artesanais, tais como: “vendedor, garçom, pedreiro, eletricista, costureiro etc.”, para aprender como funciona a economia real, como se faz, como se produz, como se ganha o próprio dinheiro.

Fundamental também para Meneghetti (2009b, p. 51) é que o jovem jamais erre “gravemente contra as leis do estado vigente”, pois um erro assim tolhe a posterior liberdade legal do indivíduo. A juventude é uma fase de aprendizagem e nela o jovem deve ser prudente.

Outro aspecto importante é o tempo livre. Sobre esse tema, Meneghetti (2008) é preciso ao escrever:

O tempo livre é uma oportunidade de organizar, inventar, *renovar*, melhorar: é um ato de vontade coerente com amor profundo ao ser que se é. É uma tarefa, um espaço a ser desenhado. Quem, em vez disso, afirma não saber o que fazer, está fora (MENEGHETTI, 2008, p. 229).

Deve-se entender o tempo livre como um período de investimento e não como um momento de negligência consigo mesmo.

2.4.4 As três dimensões do humano

Segundo Meneghetti (2010) a formação da pessoa de modo integral implica três dimensões: o saber, o fazer, e o ser.

Para mim, é ciência somente quando aquilo que sei, sou; aquilo que sei, faço; aquilo que sou, sei. A possibilidade de intercâmbio entre fazer, ser e saber, em uma circularidade na qual o uno, facetando-se propõe sempre a unidade, que depois se identifica na unidade da natureza: a unidade de ação do homem singular na unidade de ação do evento vida, de modo tal que o homem seja um coordenado funcional da vida em si no setor que compete ao humano (MENEGHETTI, 2010, p. 107-108).

Como o autor aborda o aspecto de fazer ciência, toma-se o exemplo do cientista: ele apenas saberá (saber) desenvolver um experimento na medida em que ele se dedica a fazê-lo (fazer/agir), quantas vezes e de quantos modos for preciso, e o resultado do conhecimento obtido o tornará mais enquanto pessoa (ser), além de também trazer resultados práticos para o contexto

social. A importância das três dimensões se dá quando entende-se que é fundamental não só o conhecimento delas, mas também a congruência de atuá-las juntas, contemporaneamente. Quando mais se sabe, mais se faz, mais se é. Nesse sentido, o autor também salienta a necessidade do homem de “saber aquilo que é”, ou seja, quem ele é de fato, de acordo com o nexos ontológico e não de acordo com a lógica social e dos estereótipos. E então, somente assim, quanto mais se sabe o que se é, segundo o critério de natureza, o homem pode fazer/agir.

O símbolo que representa essas três dimensões unidas é o trinácrio, o qual se pode ver na figura 1:



Figura 1 - Trinácrio

Meneghetti (2011)³ explica que “esse símbolo existe no Japão, na China, na Europa. Eu o escolhi porque é um símbolo muito antigo e para mim significam as três partes da vida, ou seja, o Ser, a existência e o Eu. O homem na existência com o Ser”⁴.

Conforme o autor (2012, p. 196), o trinácrio é o que simboliza a cultura ontopsicológica e significa “o três no uno e vice-versa. (...) Significa a síntese ordenada de ser, mundo e indivíduo, isto é, o homem cosmoteândrico”⁵.

O trinácrio apresenta um círculo, que pode ser entendido como um ser humano, dividido em três partes iguais, entendidas como as dimensões saber, fazer, ser. Não se pode pensar em uma parte sem as outras duas complementares, pois a harmonia se dá com o todo unido, em um movimento holístico e contínuo.

Estas três dimensões podem ser transpostas para estudar o perfil empreendedor dos jovens. Também nesta mesma direção, Le Bortef (1995) apresenta três eixos: formação

³ MENEGHETTI (2011), informação verbal de curso. *Lamp Residence*, data: 09/07/2011, local: Recanto Maestro, temática: liderança.

⁴ Tradução da autora: “Esiste questo simbolo in Giappone, in Cina, in Europa. Io lo scelto perché è un simbolo antichissimo e per me significano le tre parti della vita, e cioè l’Essere, l’esistenza e l’Io. L’uomo nell’esistenza con l’Essere”.

⁵ Para Meneghetti (2012), o termo “cosmoteândrico” significa: “o homem como humano, divino e mundano”.

educacional, aqui intitulada como dimensão saber; experiência profissional, nesta pesquisa chamada de dimensão fazer; e pessoa, aqui chamada de dimensão ser.

A dimensão saber direciona-se aos conhecimentos teórico-científicos adquiridos pelo indivíduo. Quais estudos fez, úteis para a sua área de atuação profissional, e também de assuntos variados. Por quais temas, extras ao trabalho, se interessa, sobre o que se considera um *sapiente*, aquele que sabe.

Para analisarmos as peculiaridades do jovem atual na dimensão saber, consideram-se suas competências, que, segundo Houaiss (2009), podem ser entendidas como: “soma de conhecimentos ou de habilidades” (derivação por extensão de sentido). Ou seja, entende-se competência como aquele conhecimento técnico (ou a soma dos conhecimentos técnicos) adquirido e próprio do jovem. Além das formações inerentes de uma escolha profissional, como curso profissionalizante ou graduação, pós-graduação, etc, existem etapas profundamente necessárias para se fundamentar uma personalidade empreendedora. A mais elementar, e talvez por isso mesmo seja a mais difícil, é a formação cultural. Meneghetti (2008) aponta como conhecimentos necessários, minimamente, as culturas geral e específica.

Transferindo a análise para o olhar do jovem empreendedor, podemos relacionar a cultura geral exatamente como traz Meneghetti: a cultura de seu país de origem, e se mora em outro, também essa; e a cultura da sua região, como são as mentalidades, as preferências, os modos de operação dos sujeitos locais etc. E a cultura específica relaciona-se com toda a trajetória de estudo do jovem, desde o curso escolhido para sua formação, se buscou outros cursos profissionalizantes, técnicos, pós-graduações, cursos de idiomas, se possui interesse por outras áreas do conhecimento etc.

Para entender a dimensão fazer, referencia-se Albert Einstein (1879 – 1955) em uma citação própria: “querem compreender as poucas coisas que descobri. Mas a elas consagrei minha vida, uma vida inteira de esforço ininterrupto. Fazer, criar, inventar exigem uma unidade de concepção, de direção e de responsabilidade” (EINSTEIN, 1981, p. 8). Ou seja, o fazer refere-se às experiências vividas, às atividades práticas desenvolvidas pelo próprio indivíduo, mais relacionadas ao âmbito profissional. São todas as ações diárias que diferenciam um indivíduo como bom ou como excelente profissional.

A dimensão do fazer, neste trabalho, é entendida como: “uma atividade que se sabe fazer”, “a educação a saber fazer algo para criar o próprio ponto econômico” (BERNABEI, 2011,

p. 28). Isto é, aquele ofício que garante ao jovem empreendedor sua base econômica, pois, em qualquer situação se encontre, sabe agir aquele ofício, profissão e, daí, extrair seu sustento. Consideram-se as experiências profissionais do jovem, desde a idade em que começou a trabalhar, independente de como foram formalizadas essas relações profissionais, o que o jovem faz no seu tempo livre, como ele investe esse seu tempo livre, se esse jovem já teve experiências de viagens internacionais e como esse jovem era responsabilizado na infância, se o era.

E a dimensão ser é analisada sob a ótica de características que são inatas de cada indivíduo, ou seja, particularidades próprias daquela pessoa, que podem ser aperfeiçoadas ao longo do desenvolvimento da mesma ou esquecidas. São características que já definem o perfil daquele jovem: calmo, agitado, extrovertido, estudioso, corajoso, medroso, entre outros. Não que essas não possam ser, em parte, alteradas ao longo dos anos, e muitas vezes são, porém são características pessoais, inatas. É entendida como a consciência do jovem de seu próprio valor. Buscou-se entender se o jovem empreendedor possuía incentivos na infância para se tornar um empreendedor, por exemplo, com a responsabilidade de afazeres domésticos. E outras duas perguntas nortearam a investigação na dimensão ser: esse jovem possui consciência de si mesmo? Conhece sua própria vocação?

Como se pode notar, nenhuma das dimensões entende-se separadamente, pois quanto mais se é e se conhece o que se é, mais o jovem tem condições de investir em seu saber e colocar em prática no fazer. Da mesma forma que quanto mais age, na prática, o que sabe fazer, mais esse indivíduo aprimora o seu saber e, dessa forma, reforça o seu ser. É uma análise sempre em conjunto, cíclica e holística.

Veras (2012) entende que criatividade, autonomia, ter *status*, oportunidades e dinheiro são características presentes nos empreendedores atuais. A realidade de um empreendedor hoje, seja ele colaborador no nível operacional, tático ou estratégico de uma empresa externa ou dele próprio, é a de lidar com imprevistos, mudanças rápidas no mercado, lançamentos e outras inúmeras situações que exigem criatividade para encontrar uma saída. Além disso, é comum que esse sujeito almeje a autonomia. O que ele deseja é fazer seu próprio horário de trabalho, definir suas prioridades, trabalhar em casa e, mais específico do que isso, ser seu próprio patrão.

Conforme a autora, as ambições alcançam ‘possuir *status*, oportunidades e dinheiro’. *Status* é entendido como possuir reconhecimento social e, esses jovens, mesmo trabalhando para externar sua criatividade, querem ser reconhecidos por isso. As oportunidades são desejadas

como formas de surpreender o mercado, seja aproveitando ou criando uma oportunidade. O dinheiro, mesmo que seja desejado em forma de bens ou pequenos luxos, é sempre almejado pelos mesmos jovens. No entendimento deles, o *status*, o aproveitamento de oportunidades e o dinheiro ganho tornam-se a resposta de um trabalho bem feito, o que os motiva ainda mais.

Conforme Filion (2000), outras características são referenciadas aos empreendedores bem-sucedidos: diferenciação, intuição, envolvimento, trabalhadores incansáveis, sonhadores realistas (visionários), entre outras. Relaciona-se a diferenciação e a intuição com a criatividade de encontrar sempre uma nova solução ou uma maneira mais eficiente de fazer as coisas, confirmando o que diz Veras (2012). O fato de o empreendedor ser visto como um trabalhador incansável, mas ao mesmo tempo um sonhador realista indica sua autonomia de fazer aquilo que precisa ser feito, aproveitando as oportunidades ou criando as de que precisa, mas sem deixar de acreditar naquilo que deseja. E o envolvimento naquilo que faz une esses dois pontos: criatividade e a ação diária.

3 METODOLOGIA

Este capítulo está estruturado de forma que apresenta inicialmente o delineamento da pesquisa, ou seja, como ela se classifica cientificamente. Após, caracterizam-se os sujeitos que foram entrevistados e o local abrangido pela pesquisa. Por fim, apresentam-se os procedimentos de análise dos dados obtidos e os procedimentos éticos a que este projeto se submete.

Essa pesquisa possui uma abordagem quali-quantitativa. Há aspectos quantitativos na mensuração da idade, sexo dos pesquisados, grau de formação, entre outros dados. A análise principal baseia-se em aspectos qualitativos, que são os aspectos que especificam as características dos entrevistados, considerando as diferenças e peculiaridades de cada um deles.

Essa pesquisa também se caracteriza como descritiva, pois segundo Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 61), “procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características”. Assim, pretende-se refletir acerca dos diversos jovens entrevistados e suas peculiaridades, quais comportamentos repetem-se e, se repetem-se, como se relacionam as informações obtidas, entre outras análises possíveis.

Os sujeitos pesquisados são ligados à Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE), uma entidade que

tem origem nos grupos de jovens empresários que, a partir de 1992, passaram a se reunir como Fórum Nacional de Jovens Lideranças Empresariais. Em 1998 decidiram criar a Confederação Nacional dos Jovens Empresários, constituída formalmente a partir de 2000, e, desde essa data, adaptam-se e melhoram a cada ano seus objetivos e formas de representação municipais e estaduais (CONAJE 2012).

O principal objetivo dessa entidade é estimular o empreendedorismo entre os jovens brasileiros, através da orientação e capacitação profissional ou ainda de sua representação política, a fim de que se criem novas empresas e de que se fortaleçam as já existentes. Em 2012, a CONAJE possui núcleos em 23 estados do país.

E justamente por ter essa abrangência em praticamente todo o território nacional e representar mais de 33 mil jovens empresários do país, a CONAJE foi escolhida como instituição para aplicação dos questionários aos seus representantes, pertencentes aos cargos de diretores, conselheiros, titulares e suplentes.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Foram pesquisados 11 jovens de idades assim distribuídas: um jovem de 25 anos, dois jovens de 28 anos, um jovem com 30 anos, três jovens com 31 anos, dois jovens com 32 anos, um jovem com 33 anos e um jovem com 37 anos.

Esses jovens dividem-se em homens e mulheres conforme a figura 2:

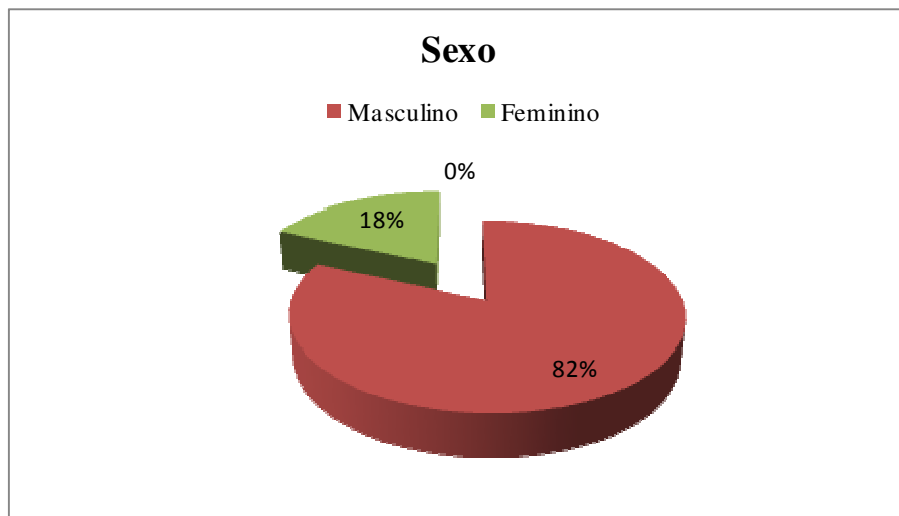


Figura 2 – Sexo dos entrevistados

Do total de onze entrevistados, 18% são mulheres e 82% são homens. Não se acredita que a preponderância do sexo masculino sobre o sexo feminino seja um fator relevante, pois a opção metodológica desta pesquisa foi quali-quantitativa, portanto, não sendo relevante, em si mesmo, o dado de maior número em relação ao sexo masculino. Contudo, esse dado revela ainda uma tradição em relação ao empreendedorismo, característica essa que está muito mais ligada ao universo masculino do que ao feminino.

Quando questionados a respeito de formação acadêmica, os dados podem revelar uma tendência no perfil dos jovens empreendedores. Na figura 3, apresenta-se a relação dos entrevistados com os graus de formação acadêmica:

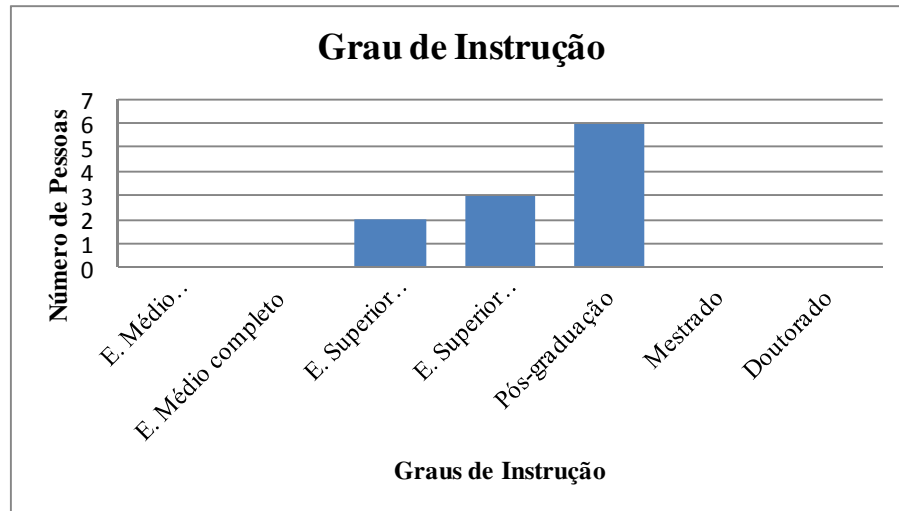


Figura 3 – Grau de instrução dos entrevistados

Os dados indicam que 54% dos entrevistados possui pós-graduação, enquanto 27% apresenta o Ensino Superior completo e apenas 19% possui o Ensino Superior incompleto. Não foram registrados dados de jovens que não tenham o Ensino Médio completo ou incompleto, nem jovens que apresentam mestrado ou doutorado. Isso possibilita extrair duas inferências: a primeira mostra que o estudo de um curso superior é considerado fundamental, pois 100% dos entrevistados frequentou a universidade em busca de um diploma, embora 19% ainda não o tenha obtido; a segunda indica que se pode pensar em um perfil mais prático desse jovem empreendedor, o qual, de fato, considera a formação acadêmica importante, porém, não se detém em seguir uma carreira universitária, prosseguindo os estudos com mestrado e doutorado.

As áreas de formação dos jovens entrevistados não apresentaram uma repetição significativa. Foram citados os seguintes cursos: Administração, Direito, Educação Física, Jornalismo, Letras, *Marketing* e Turismo.

3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi por meio de um questionário, auto-aplicável, com cada um dos participantes, enviado previamente por e-mail. Esse questionário possui questões fechadas e algumas perguntas específicas abertas, conforme as dimensões do saber, fazer e ser, e encontra-se anexo a este trabalho.

Na dimensão do saber investigaram-se questões a respeito de conhecimento de língua estrangeira, questionando qual(is) o entrevistado fala fluentemente, com que idade iniciou-se o estudo e por qual motivo; se há o interesse de estudo por outros temas; se julga-se conhecedor da cultura geral mundial e se há interesse em alguns temas da cultura humana específicos. Uma das linhas norteadoras da escolha dessas questões foi Meneghetti (2009a) que traz o conhecimento de uma língua estrangeira como parte de um dos 3 pontos que compõe a base econômica de um jovem. Por base econômica entende “é uma atividade que se sabe fazer, a base econômica é *saber fazer algo*”. Outro conteúdo norteador foi a importância de saber a cultura geral, definida por Meneghetti (2008) como “cultura do seu país e do seu ambiente. (...) Deve saber bem um pouco de tudo (arte, música, psicologia, etc.), porque sendo um operador no interior dos interesses humanos, deve conhecê-los”, bem como o interesse por outros temas da cultura humana, como: Filosofia, História, Artes, Literatura, Psicologia, Música, Política etc.

Em relação ao fazer, foram apresentadas questões que se referem ao tempo livre do jovem, à responsabilidade de ajudar em casa durante a infância, às experiências profissionais e à viagem ao exterior. Para justificar o questionamento sobre tempo livre, traz-se Meneghetti (2008), que o conceitua como “uma oportunidade de fazer melhor, aprender outras coisas, qualificar os instrumentos, os meios da própria personalidade profissional e humana para aumentá-la”. A ajuda em casa reporta a uma questão de aprendizagem da responsabilidade desde pequeno – existiu ou não? Acredita-se que esse fator pode influenciar a trajetória de formação de um empreendedor no futuro. As experiências profissionais referem-se também ao conceito de base econômica e a viagem ao exterior direciona o olhar também para o conceito de cultura geral.

No âmbito do ser procurou-se investigar se houveram atitudes de liderança na infância dos entrevistados, se os mesmos acreditavam possuir um propósito de vida e – em caso de resposta afirmativa – se já haviam descoberto o seu. O comportamento na infância, acredita-se, ser já um indicador do perfil desse jovem, se caminha rumo ao empreendedorismo desde pequeno, ou se desenvolveu essa tendência com o tempo. Os questionamentos acerca do propósito de vida fazem referência ao Em Si ôntico, uma das três descobertas da Ciência Ontopsicológica.

A partir do contato com um representante desta entidade conseguimos alguns e-mails e telefones. Os questionários foram enviados a 75 membros, dos quais se solicitou a resposta do mesmo no prazo de quinze dias a partir da data do envio. Destes questionários enviados, 11

retornaram. Apesar de se ter insistido várias vezes por meio de novos contatos por e-mail e alguns por telefone, ainda assim, consideraram-se poucos os retornos em relação àquele número que se esperava. Considerando-se que essa pesquisa possui uma abordagem quali-quantitativa e que não tem a pretensão de generalizar os dados, e, sim, identificar características comuns aos jovens empreendedores desta organização, mesmo com o pequeno número de retornos foi possível responder a problemática de estudo proposta. Assume-se também, os limites deste estudo visto que o tamanho da amostra pode não revelar suficientemente a potencialidade que as dimensões investigadas poderiam permitir.

3.3 ANÁLISE DOS DADOS

A análise iniciou-se com os elementos teóricos a partir da revisão da literatura. As respostas obtidas foram classificadas conforme as três dimensões definidas como categorias teórico-empíricas, cujo ponto de partida serviu para a construção do questionário. Contudo, em cada dimensão existem vários elementos ou indicadores investigados, os quais, portanto, foram agrupados por similaridades e assim foram tratados. De tais temas, naquelas questões que podem ser tratadas de forma quantitativa foram construídos gráficos que dão o entendimento das análises.

Ao longo da análise dos dados, os questionados serão identificados como 'Jx', onde 'x' representa a sua posição dentre os questionários respondidos, organizado pelo nome em ordem alfabética. Optou-se por essa denominação dos questionados para preservar sua identidade.

3.4 PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Esta pesquisa envolve seres humanos e, por isso, observa os critérios éticos estabelecidos pela Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Desta forma foi utilizado o modelo de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) proposto pela Antonio Meneghetti Faculdade, que segue anexo ao projeto.

O TCLE foi enviado juntamente com o questionário para cada um dos participantes, por e-mail, e foi ressaltado que a identidade dos participantes será mantida em sigilo. A pesquisa teve início após a autorização do responsável pela instituição onde ela foi realizada, mediante a

apresentação de uma Carta de Concordância da Instituição. Esta Carta de Concordância foi enviada ao Comitê de Ética Institucional.

Essa pesquisa não apresentou nenhum risco grave de “danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano, em qualquer fase de uma pesquisa e dela decorrente” (BRASIL, 1996). Se, por ventura, algum dos participantes sentiu-se prejudicado, pôde optar por não responder o questionário, sem nenhuma consequência.

4 CARACTERÍSTICAS DA TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DOS JOVENS DA CONAJE

Esse capítulo dedica-se a expor e analisar os dados referentes à pesquisa empírica realizada, a partir dos dados quanti-qualitativos coletados, relacionando-os às dimensões conceituais adotadas nesse trabalho. Será dividido em três subcapítulos, que abordarão as três dimensões da formação de um jovem empreendedor.

4.1 DIMENSÃO DO SABER

A primeira questão investigada foi em relação aos conhecimentos que os jovens possuem a respeito da língua estrangeira. Com ela teve-se o objetivo de verificar se os entrevistados falam fluentemente outra língua, e também, contemporaneamente, identificar qual é a língua estrangeira mais estudada por essa tipologia de jovens. Àqueles que falam fluentemente, perguntou-se com que idade iniciou o estudo e qual motivo o despertou esse interesse.

Essas perguntas buscam tecer um panorama a respeito do preparo dos jovens empreendedores frente ao cenário mundial globalizado, no qual dominar uma língua estrangeira é fundamental, seja no âmbito acadêmico, profissional ou pessoal. O contato com pessoas e culturas internacionais não é raro e as situações de leitura ou entendimento de um assunto em outra língua são realidades comuns na rotina das médias e grandes empresas. A idade e o motivo que propulsaram esses jovens ao estudo de outra língua tornam-se importantes de se perguntar para entender vários aspectos, como: a) se o jovem possuía um comportamento já autônomo na infância/adolescência, ou seja, se ele mesmo interessou-se em buscar esse conhecimento, ou b) se os pais o incentivaram, seja para ocupar o tempo livre, ou para, de fato, adquirir conhecimento, ou ainda c) se o jovem identificou a necessidade de ter esse estudo com exigências profissionais ou viagens ao exterior e, depois disso, procurou a formação.

A figura 4 demonstra quais línguas estrangeiras são as mais estudadas e, ainda, quantos entrevistados não possuem conhecimento fluente de outra língua.

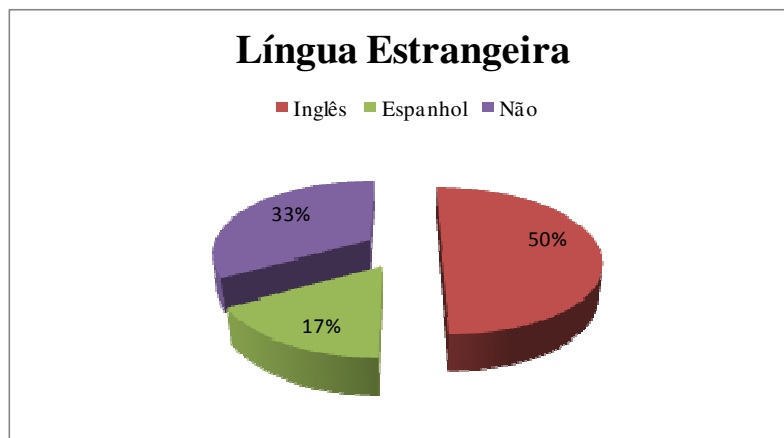


Figura 4 – Conhecimento de línguas estrangeiras

Nota-se que o inglês é o idioma mais frequente, pois foi objeto de estudo de 50% dos entrevistados. Sem dúvida, a influência norte-americana no mundo inteiro, acrescida da presença dos Estados Unidos em todo o território brasileiro – filmes, canções, marcas, tecnologia, notícias etc. – justifica a preponderância da língua inglesa sobre o espanhol, por exemplo, que foi outro idioma citado. Com apenas 17% de representatividade do total, o estudo do espanhol é menos significativo do que a falta de estudo de uma língua estrangeira, que atinge 33% dos entrevistados, 1/3 do total. Muito embora, a pergunta apresentada tenha sido: “Você sabe falar fluentemente alguma(s) língua(s) estrangeira(s)?”, ou seja, não se refere àquele conhecimento básico, mediano, mas sim a um conhecimento fluente de outra língua.

Considerando os 67% que responderam afirmativamente à fluência em uma língua estrangeira, analisa-se a idade de início do estudo com auxílio da figura 5:

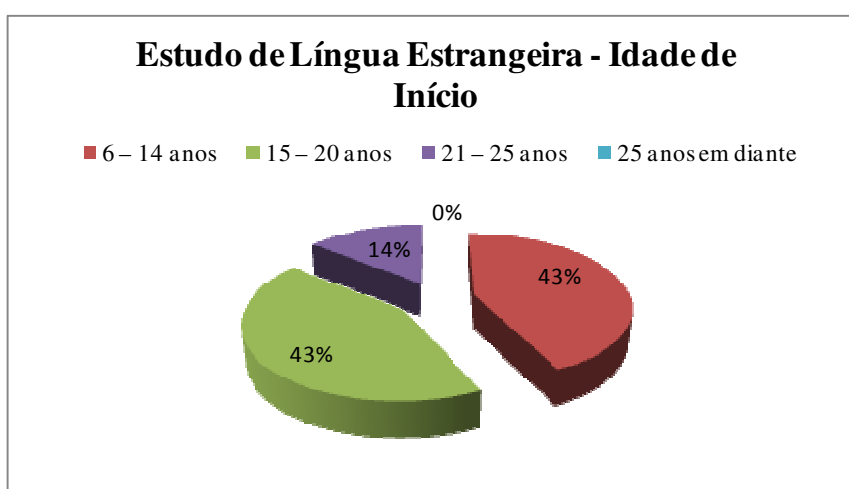


Figura 5 – Idade de início do estudo de língua estrangeira

Nota-se que o estudo acontece justamente no período de transição da infância/adolescência (6 – 14 anos) para o começo da vida profissional (15 – 20 anos). À primeira vista, considerando que o menor percentual (14%) se refere ao estudo entre 21 – 25 anos e, que, nesse período já se está dentro do mercado de trabalho, tende-se a pensar que o interesse pelo estudo de uma língua estrangeira surge antes mesmo do jovem deparar-se com a realidade profissional, mas parte de um interesse pessoal, interno, ou ainda de um incentivo dos pais; ou seja, parte de casa.

Confrontando-se essa análise com a figura 6, onde se ilustra o motivo do estudo, infere-se que:

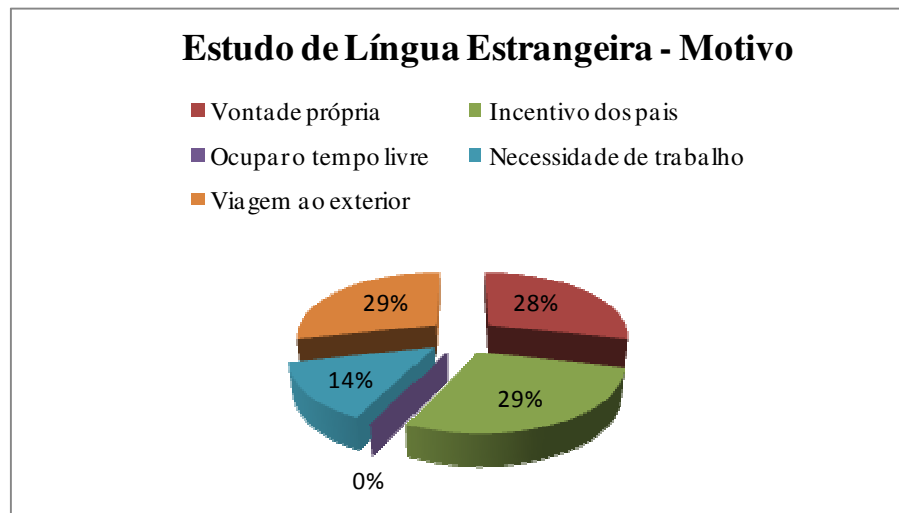


Figura 6 – Motivo de início do estudo de língua estrangeira

Três motivos dividem-se com percentuais muito semelhantes (29%, 28% e 29%, respectivamente): viagem ao exterior, vontade própria e incentivo dos pais. Nos três casos, o interesse parte do âmbito familiar, do indivíduo ou dos pais. Isso começa a delinear um pensamento de que os jovens empreendedores são formados como tais, com variáveis que podem ser diversas, porém que convergem nos pontos da responsabilidade, do conhecimento.

Alguns autores, como Virginia Satir (2012), enfatizam a importância da família para moldar a personalidade de um indivíduo. Demonstrações de afeto abertas e recíprocas compõem uma vida familiar saudável para a autora, e relacionamentos compassivos e estimulantes são a força para o desenvolvimento de personalidades bem ajustadas. Além disso, o ambiente familiar é

o primeiro lugar de exposição da criança, ou seja, todas as ações desenvolvidas ali, com suas respectivas consequências, ficarão para a criança como um modelo de sucesso ou fracasso, a ser repetido ou não, na vida adulta.

O mesmo percentual de 14% da figura 5, daqueles que iniciaram o estudo de outra língua entre 21 e 25 anos, confirma a hipótese de que o interesse acontece por uma exigência profissional, pois é exatamente o mesmo que evidencia a figura 6, onde aparece um percentual igual (14%) para o motivo ‘necessidade de trabalho’.

Com a análise dos dados extraídos em relação à próxima pergunta: “Você estudou assuntos de outras áreas?”, nota-se que o esporte é uma área preferida pelo jovem, como demonstra a figura 7:

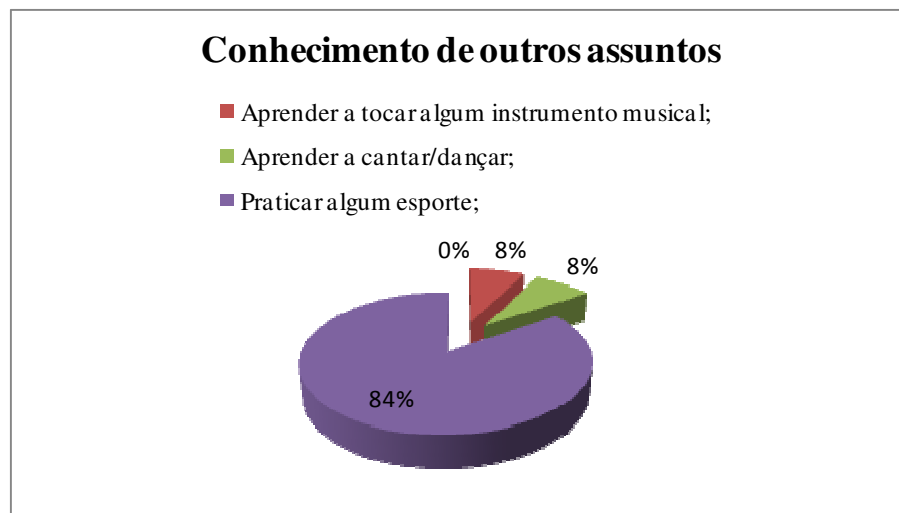


Figura 7 – Conhecimento de assuntos de outras áreas

Desse dado é possível inferir uma relação entre o empreendedorismo e o esporte, pois 84% dos entrevistados responderam que praticar algum esporte faz parte do seu interesse. A grande maioria dos esportes envolve uma equipe, um grupo, possui um líder (que pode ser o técnico, o capitão, o treinador) e estimula o desenvolvimento de inúmeras qualidades atribuídas ao empreendedor, como: persistência, técnica aliada ao talento, gosto pelo que se faz, respeito aos colegas e adversários, dedicação, treino, entre outras. Entende-se que o esporte ajuda a desenvolver o empreendedorismo em um jovem e não é por acaso que existem muitas analogias entre as quadras e campos e uma empresa.

Com índices iguais de 8%, aprender a tocar algum instrumento musical e aprender a cantar/dançar ficaram empatados dentre as preferências de interesse do jovem. Muito embora, o jovem seja identificado como a principal faixa etária que frequenta locais de dança e é sempre associado à música, infere-se que o jovem empreendedor ainda prefere a prática do esporte.

A escolha dessas três opções de resposta pode ser relacionada à cultura de formação do jovem espartano, a qual se pode entender melhor com o trecho abaixo:

Os conteúdos para a realização desse ideal são: a *cultura física* (tirocínio direto do emprego das armas e prática dos esportes hípicas e atléticos); a *música*, que com a *dança* ‘dá a mão à ginástica’ e com o *canto* ‘faz-se de veículo à poesia’ (CAROTENUTO, 2012, p. 41)⁶.

As tradições de desenvolver o corpo e a ideia da música como alegria são vividas até hoje, como se pode notar na figura 7, pois nenhum dos entrevistados escolheu outra opção como resposta.

As últimas duas questões dizem respeito ao conceito de cultura geral, trazido por Meneghetti (2008). Mais do que possuir conhecimentos sobre a cultura geral, interessou-se em questionar se o jovem tido como empreendedor tem um gosto diferenciado pelo estudo, pelo conhecimento de outras áreas, além da sua área de atuação; se esse jovem tem uma bagagem cultural vasta. Quando questionados se se consideravam conhecedores da cultura geral mundial, as respostas foram conforme ilustra a figura 8:

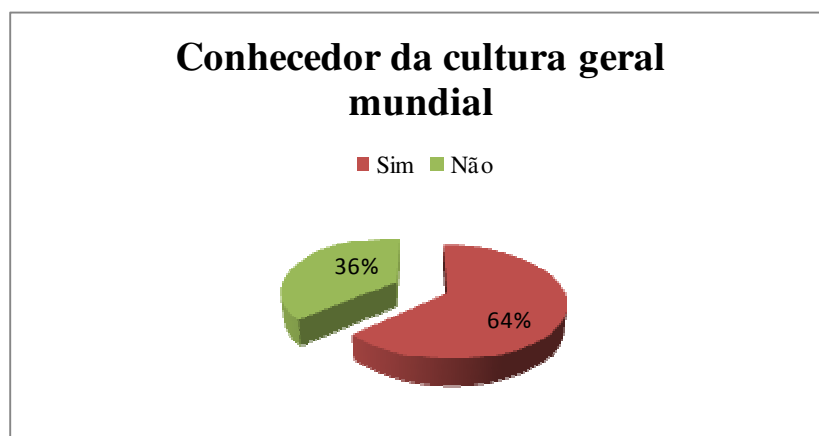


Figura 8 – Conhecimento acerca da cultura geral mundial

⁶ Tradução da autora: “I contenuti per la realizzazione di questo ideale sono: la *cultura fisica* (tirocínio diretto del mestiere delle armi e pratica degli sport ippici ed atletici); la *musica*, che con la danza ‘dà la mano alla ginnastica’ e con il *canto* ‘fa da veicolo alla poesia’”.

Dos entrevistados, 64% responderam que se consideram conhecedores da cultura geral mundial, o que indica uma maioria interessante sobre quem não se considera, cujo percentual é de apenas 36%. É uma realidade que ainda pode tornar-se diferente com o avanço do acesso ao conhecimento, talvez com um incentivo de estudo da família na infância ou com mudanças na formação escolar, que despertem mais o jovem para o desejo do conhecimento. Porém, a situação é já favorável, pois apresenta que mais da metade dos entrevistados julga-se conhecedor da cultura geral mundial.

Quando questionados sobre “por quais temas da cultura humana você se interessa?”, as respostas são variadas, embora indicam uma tendência de escolha, como pode-se ver na figura 9:

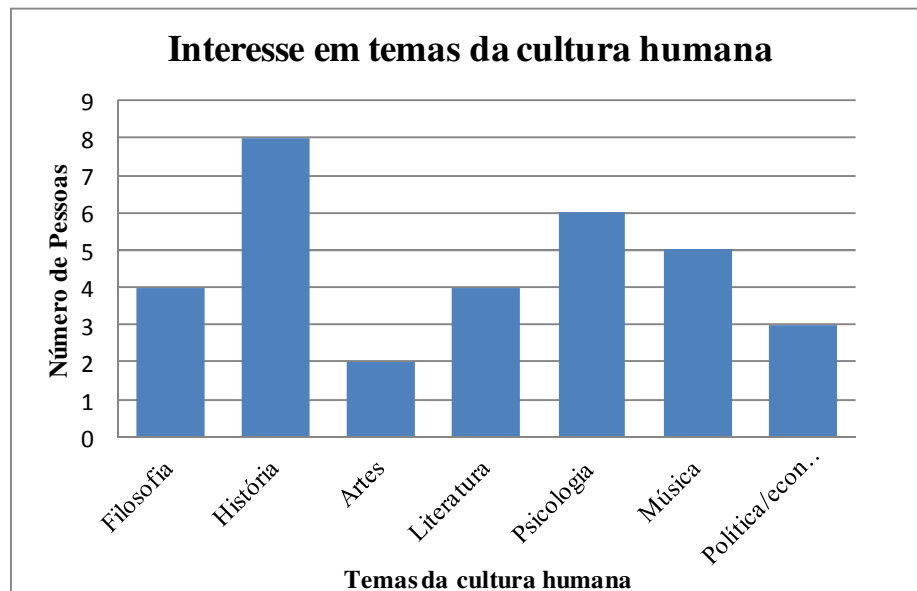


Figura 9 – Interesse em temas da cultura humana

Essa questão aceitava mais de uma resposta por entrevistado, o que justifica os números que somadas ultrapassam os 11 entrevistados. É possível inferir que o tema História é o preferido, sendo a escolha de oito entrevistados. Logo após, aparece a temática Psicologia, responsável pela preferência de seis entrevistados. A temática Música aparece em terceiro lugar, como opção para cinco entrevistados, e as temáticas restantes dividem-se em: Filosofia e Literatura (preferência de quatro entrevistados cada) e Política/Economia (preferência de três entrevistados). Imagina-se que a temática História é a preferida porque apresenta vários modelos e exemplos de empreendedores, das mais variadas épocas, e pessoas que fizeram a diferença pelo fato de elas

mesmas pensarem diferente (casos dos grandes reis, déspotas, imperadores, generais da história geral mundial). O estudo dessa temática pode ter sido inspiração para tantos jovens que buscavam um ídolo, uma inspiração e, até hoje, tornou-se preferência no gosto dos mesmos. Sobre a Psicologia, temática que alcançou o segundo lugar na preferência, também se pode pensar em um interesse por conhecer o humano, entender a si mesmo e as pessoas, uma característica fundamental a quem julga-se empreendedor e precisa gerenciar a todo instante recursos humanos. Entretanto, pode-se pensar que esses dois temas (História e Psicologia) andam juntos, pois é impossível pensar em um sem considerar o outro, tendo em vista que o momento histórico vivido influencia diretamente o comportamento da sociedade, e, dessa forma, esses dois temas somados ocupam majoritariamente o primeiro lugar das preferências de estudo do jovem empreendedor.

Na primeira pergunta aberta do questionário, perguntou-se “sobre qual tema você poderia passar um final de semana estudando e não cansaria?”. Foi possível dividir as respostas em 4 grandes temas: a) política/economia; b) empreendedorismo/gestão; c) comportamento humano/cases de sucesso; d) *hobbies*. Por ser uma pergunta aberta, muitos entrevistados escreveram respostas que se encaixavam em mais de um tema.

Quando questionados sobre o tema que daria prazer em estudar durante um final de semana, 60% respondeu “comportamento humano/ *cases* de sucesso”. Dois entrevistados definiram como ‘comportamento humano’, um definiu como ‘sociologia’, um definiu como ‘área da Psicologia’ e outros dois definiram como ‘biografias’ e ‘cases de sucesso de empresários’. Todas as respostas possuem o ser humano como elemento em comum, o que demonstra a importância das três dimensões abordadas não apenas como um dos objetos de estudo desta pesquisa, mas como um foco de estudo importante para a vida.

A área “empreendedorismo e gestão” foi escolhida por 50% dos entrevistados como resposta. Apareceu através de diversos termos, como: mercado financeiro, finanças, *marketing*, gestão de pessoas, direito administrativo, negócios, planejamento estratégico, plano de negócio e, dois entrevistados utilizaram exatamente o termo empreendedorismo. Entende-se o destaque que o conhecimento do próprio negócio ou da área de atuação apresentou nessa questão é devido ao fato de que estar sempre atualizado tornou-se um dos requisitos básicos do empreendedor. Esse assunto lembra o conceito de *life long learning* que é definido por Meneghetti (2011) como um aprendizado durante toda a vida, ou seja, nunca parar de buscar o conhecimento.

“Política/economia” surgiu em 40% das respostas, entendida como um conhecimento que permite ao sujeito estar atualizado no que está acontecendo no mundo. Isso facilita na hora da tomada de decisões, pois é um conhecimento elementar do empreendedor. Além de que, estar atualizado na política/economia permite fazer projeções mais fieis à realidade para os próximos anos do negócio. A última área, “hobbies”, apareceu em apenas duas respostas, como ‘culinária’ e ‘esporte’.

Em uma segunda pergunta aberta sobre quais conhecimentos são considerados pelo empreendedor como fundamentais para se obter sucesso, as respostas variaram sobre temas da Administração. Quatro jovens responderam que conhecimento financeiro/gestão financeira é imprescindível; três jovens concordam que a gestão de pessoas e planejamento estratégico são fundamentais; conhecimento de mercado, *marketing* e gestão empresarial aparecem citados duas vezes cada um; e conhecimentos de matemática, contabilidade, concorrência, comportamento, conhecimento de mundo, gestão jurídica, macroeconomia aparecem citados uma vez. Ainda destaca-se a resposta de J10, que respondeu:

“Otimismo, paixão, persistência, flexibilidade, educação e foco” (J10).

Isso evidencia que para muitos jovens (45% dos entrevistados) características pessoais e emocionais podem ser conhecimentos importantes em sua trajetória de sucesso. Como trouxe Fillion (2012), os empreendedores são aqueles que possuem características próprias, como: diferenciação, intuição, envolvimento, trabalhadores incansáveis, sonhadores realistas (visionários). Vê-se que isso aparece no discurso do entrevistado, que identifica o otimismo, a paixão e a persistência, por exemplo, como condições para quem quer alcançar o sucesso.

Um dos entrevistados concorda que conhecimentos além da empresa são fundamentais, como a cultura geral (MENEGHETTI, 2008), pois alargam, depois, as áreas de atuação da empresa, sem contar que em um cenário altamente globalizado como o atual, hoje as empresas concorrem com o mundo todo. Comportar-se como um cidadão global é fundamental, pois conhecer outras culturas torna o gestor mais flexível e preparado para o mundo. Como também traz Meneghetti (2008), a cultura específica apareceu na resposta de outros dois entrevistados. Apresentam-se abaixo essas três respostas:

“Conhecer profundamente seu campo de atuação; conhecer todos os fatores do mercado que vai explorar; saber quem são seus concorrentes; diagnosticar possíveis parceiros para o mercado”(J1).

“Não existe um conhecimento específico, mas sim conhecer o negócio em que vai empreender”(J5).

“Conhecimento de mundo e de comportamento”(J8).

Essas foram as análises inferidas das questões acerca da dimensão saber, na qual buscou-se entender quais são os conhecimentos e interesses do jovem considerado empreendedor, qual é o seu diferencial em relação aos outros, o que ele sabe ou procura saber mais do que a grande maioria. Concluiu-se que o jovem empreendedor sabe falar fluentemente uma língua estrangeira, que foi estudada entre a sua infância e adolescência, por motivos variados; além disso, gosta de praticar esporte; interessa-se por conhecer o ser humano, além de estar sempre se atualizando no que tange o seu campo de atuação; julga-se conhecedor da cultura geral mundial, além de interessar-se por outros temas da cultura humana, como por exemplo: história, psicologia, música, entre outros.

4.2 DIMENSÃO DO FAZER

A parte da pesquisa que se dedicou a entender melhor a dimensão fazer do jovem empreendedor abre-se com a questão “o que você costuma fazer no seu tempo livre?”. Justifica-se essa escolha por entender que o tempo livre é um momento de continuar investindo em si mesmo, não desperdiçar o tempo livre com atividades que não trarão ganho e resultado funcional a si mesmo.

Para essa questão que compunha o questionário, foram apresentadas sete opções de resposta, são elas: a) praticar algum esporte; b) ler livros, artigos, revistas relacionadas ao seu trabalho; c) procura informar-se sobre notícias mundiais e nacionais; d) descansar; e) ficar com família, amigos; f) assistir a filmes; e g) tocar algum instrumento musical. As respostas podem ser verificadas na figura 10:

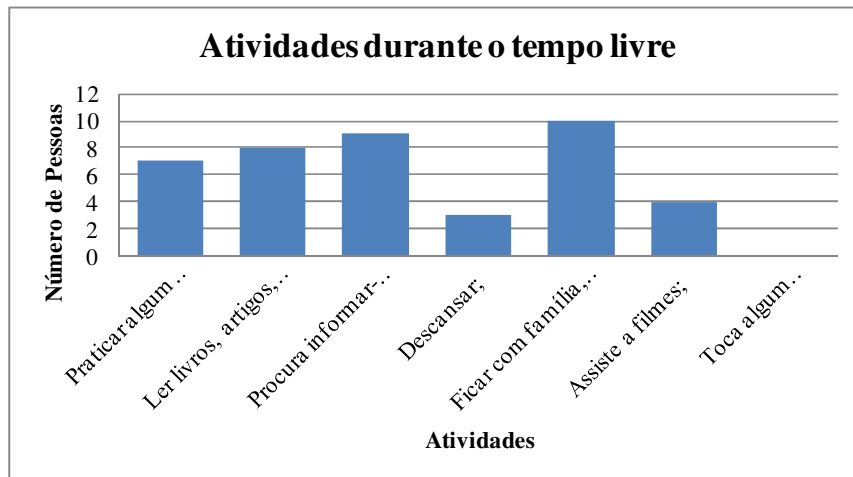


Figura 10 – Atividades praticadas durante o tempo livre

A opção e) ficar com família, amigos foi a mais escolhida, por dez entrevistados. Isso inicialmente opõe-se à pesquisa apresentada na Introdução desse trabalho, que apresenta o percentual de apenas 6% dos jovens que sonha com a sua família (BOX 1824, 2011), porém essa pergunta refere-se ao tempo livre do jovem e não ao seu sonho de vida. Portanto, infere-se que o jovem dito empreendedor procura investir parte seu tempo livre em suas relações afetivas, consideradas família ou amigos. Porém não foi definido o que esse jovem faz estando com a família ou amigos, pois pode também estar informando-se, descansando, assistindo à filmes, etc.

A opção c) procura informar-se sobre notícias mundiais e nacionais foi a resposta escolhida por nove entrevistados, o que confirma a importância do conceito de cultura geral apresentado por Meneghetti (2008), já comentado nas questões anteriores.

Em terceiro lugar, como opção de resposta para oito entrevistados, aparece a opção b) ler livros, artigos, revistas relacionadas ao seu trabalho, o que lembra o conceito trazido por Meneghetti (2008) de cultura específica, entendida por:

No campo operativo pré-escolhido deve ser o máximo expert. Um comerciante de seda, por exemplo, deve saber tudo sobre a seda, seus possíveis modos de preparação e de manufatura etc. A inteligência no próprio setor é a garantia para progredir economicamente. Deve ter uma cultura teórica e prática. Prática significa que deve conhecer de modo manual, concreto, o objeto do seu trabalho (MENEGETTI, 2008, p. 25).

Ou seja, o jovem deve sempre estar em contínua atualização dos assuntos que cercam o seu campo de operação. O jovem empreendedor, principalmente se ainda está definindo

exatamente que rumo seguirá seus negócios, deve ser muito mais atento a jamais esquecer desse ponto.

a) praticar algum esporte foi a opção que obteve sete escolhas, que permite uma reflexão interessante: como analisamos na dimensão do saber, 84% dos jovens dedicou-se a praticar algum esporte (figura 7), porém quando questionados sobre o que fazem durante o tempo livre, a prática de esportes cai para 64% desses mesmos jovens. Isso possibilita inferir que quando se refere a épocas passadas da vida desse jovem, a maioria (84%) cita a prática de esportes como uma atividade preferida, porém, quando essa mesma pergunta refere-se à situação atual, o percentual para a prática de esportes cai para 64% dos jovens empreendedores. Esse dado traz a reflexão de que o jovem hoje não consegue organizar-se para fazer tudo aquilo de que gosta, pois talvez dedique-se à outras atividades que não representam ganho direto ao mesmo.

Assistir a filmes foi escolhido por quatro entrevistados e a opção descansar por outros três entrevistados. Esses dados representam atividades não tão práticas, que não possuem relação direta com o jovem, e conclui-se que, por isso, não foram escolhidas pela maioria dos entrevistados, cujo perfil é entendido como prático.

A segunda questão diz respeito a como esse jovem foi formado na infância, considerando a importância que essa formação possui no futuro do jovem empreendedor. Quando questionados se “Na sua infância, você possuía alguns afazeres em casa?”, os entrevistados se dividem com equilíbrio, como demonstra a figura 11:

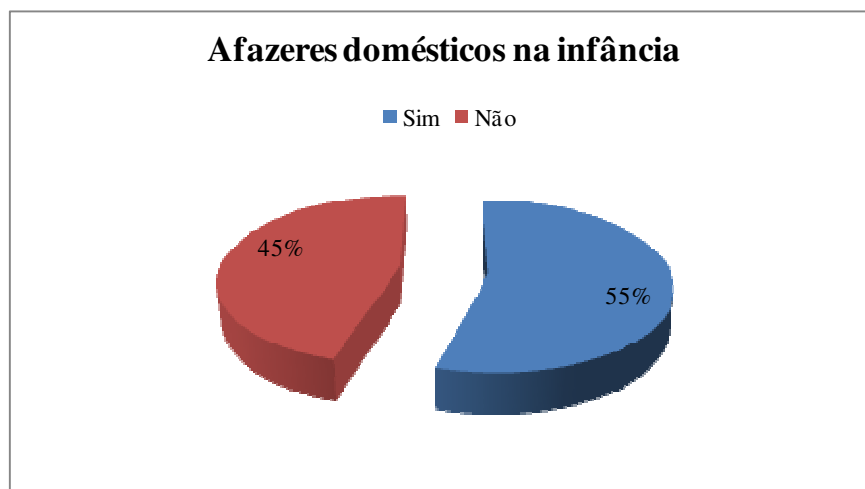


Figura 11 – Responsabilidade por afazeres domésticos na infância

Imagina-se que essa responsabilização desde a infância influencie positivamente na trajetória de formação do jovem empreendedor. O entrevistado J3 confirma a diferença da formação quando existe essa responsabilidade no jovem desde pequeno quando responde:

“Minha mãe tinha um ditado ‘serviço de criança é pouco, quem recusa é bobo’. Tínhamos que arrumar o quarto sempre e a mala quando íamos viajar. Fomos educados a ser organizados e a viajar, sempre” (J3).

J3 ainda afirma que essa “regra” imposta pelos pais durante sua infância reflete-se positivamente até hoje, pois se considera uma pessoa organizada e que adora viajar, fazendo-o sempre que possível.

As próximas quatro questões pretenderam elaborar um comparativo sobre quais foram as experiências profissionais dos entrevistados em quatro épocas, definidas assim: dos 6 – 14 anos, dos 15 – 20 anos, dos 21 – 25 anos e dos 25 anos em diante. Observa-se na figura 12 a primeira época:



Figura 12 – Experiência profissional entre os 6 e 14 anos

Na primeira época escolhida, entendida dos 6 aos 14 anos do jovem, seis entrevistados responderam que não tiveram experiência profissional, o que já se esperava pois as leis do trabalho no Brasil são bem restritas quanto ao emprego na juventude: estágio formal é possível apenas a partir dos 16 anos e carteira assinada sob as regras da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) exigem 18 anos completos.

Três entrevistados responderam que trabalharam como voluntários, um respondeu que foi empreendedor e um respondeu que trabalhou como estagiário. Enquanto seis jovens responderam que não tiveram experiência profissional, outros cinco tiveram experiência de alguma forma. É importante ressaltar que essa experiência começa a formalizar o perfil do empreendedorismo no jovem, pois é sabido que o trabalho, seja de que formato for, responsabiliza e exige do jovem uma postura mais séria.

Quando consideramos a segunda época, definida dos 15 aos 20 anos, o quadro começa lentamente a mudar de realidade, conforme observamos na figura 13:



Figura 13 – Experiência profissional entre os 15 e 20 anos

Ao observar a figura 13, nota-se que apenas um entrevistado não teve experiência profissional ainda nessa época, o que evidencia o perfil diferenciado do jovem empreendedor, pois os outros dez entrevistados já começaram suas experiências profissionais. Desses dez entrevistados, cinco tiveram experiência como assalariados, um como autônomo, um como empreendedor e um como *trainee*. Indiferente do tipo de atividade, a maioria já estava trabalhando e, considerando a primeira época, da figura 12, temos um aumento de cinco jovens que começaram a trabalhar e isso representa 45% de acréscimo no percentual de jovens que já tiveram uma experiência profissional dos 15 aos 20 anos.

A terceira época, tomada dos 20 aos 25 anos, confirma a experiência profissional enquanto se é jovem como um dos diferenciais para aqueles que serão empreendedores no futuro. Observando-se a figura 14, confirma-se que:



Figura 14 – Experiência profissional entre os 21 e 25 anos

Dos entrevistados, 100% já trabalham e apenas um entrevistado, que atua como voluntário, não é remunerado. Todos os outros dez entrevistados recebem remuneração pelo trabalho que desenvolver, sendo dois deles estagiários, dois assalariados, dois autônomos e seis entrevistados já se consideram empreendedores. Fica claro que o empreendedorismo é uma característica prática, pois o jovem sente-se impelido a fazer algo para externar isso e o âmbito profissional é o que melhor recebe toda essa energia. Assim como também é impossível pensar em um jovem que se considera empreendedor e não atua profissionalmente a partir dos 20 anos, como demonstra a figura 14.

Se na terceira época o percentual de jovens considerados empreendedores era de 54%, ao observarmos a quarta época, tida dos 25 anos em diante, esse percentual sobe para 90%, conforme indica a figura 15:



Figura 15 – Experiência profissional dos 25 anos em diante

É evidente a diferenciação do jovem empreendedor, pois para que fosse atingido esse percentual de 90%, comparando as figuras 14 e 15, temos que um voluntário, dois estagiários, um assalariado e um autônomo tiveram que deixar de sê-los para tornarem-se empreendedores. O crescimento dos empreendedores ao longo dos anos considerados indica que a tendência é que 100% da amostra venha a tornar-se empreendedora ao longo prazo. Isso se reflete nas pesquisas feitas no Brasil, já citadas no capítulo 2, nas quais o empreendedorismo cresce sem parar, e nos resultados que se veem no país, como sendo um dos países do futuro, considerado parte do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), sede da Copa de Futebol de 2014 e sede das Olimpíadas de 2016. Esse cenário confirma a posição do Brasil como preferido no cenário global, pois os jovens brasileiros destacam-se como diferenciados no âmbito empreendedor.

A primeira pergunta aberta da dimensão fazer foi: “o que você sabe fazer melhor do que os outros?”. Essa pergunta obteve respostas muito variadas, o que tornou difícil a divisão em temas. Apenas uma resposta se repetiu em 45% dos entrevistados, entendida como “saber lidar com pessoas”, de dois modos: relações comerciais e gerenciar recursos humanos. Já se tornou uma regra a ideia de que um profissional bem-sucedido hoje é alguém que sabe se relacionar com as pessoas, pois independente do ramo da empresa, se trabalha com produtos ou serviços, todas, sem exceção, possuem fornecedores, mão de obra e clientes, e todos são constituídos pelo ser humano. Para essa habilidade, criou-se o termo “*networking*”, do inglês, entendido como a rede de contatos que o indivíduo possui.

As outras repostas foram variadas e aparecem abaixo:

“Perceber e aproveitar novas oportunidades” (J1).

“Resolver problemas” (J3).

“Análise de contratos” (J4).

“Análise política e conjuntural” (J6).

“Trabalhar de forma organizada” (J7).

“Escutar” (J8).

“Visão e estratégia” (J9).

A experiência internacional é mensurada na quinta questão do âmbito fazer: “você já viajou ao exterior?” Analisando a figura 16, temos que:

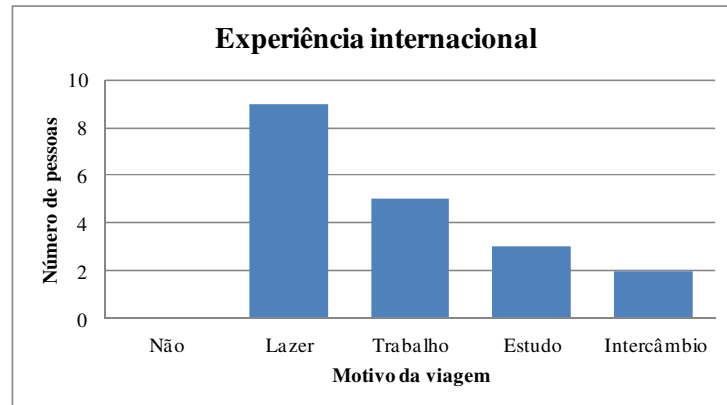


Figura 16 – Experiência de viagem internacional

Todos os entrevistados já viajaram ao exterior. Os motivos mais apontados como justificativa das viagens foram, respectivamente: lazer (para nove entrevistados), trabalho (para cinco entrevistados), estudo (para três entrevistados) e intercâmbio (para dois entrevistados). A viagem ao exterior é importante na medida em que, vivendo em outra cultura, o jovem aprende a relativizar muitos costumes, hábitos e estereótipos, podendo se tornar assim, mais flexível – outra característica do empreendedor. Além disso, viagens ao exterior são excelentes escolas para aprender outro idioma, pois se a comunicação é inerente ao ser humano, ao jovem ela é ainda mais necessária pela facilidade em que o jovem aprende, desde cedo, a comunicar-se.

A última questão aberta da dimensão fazer foi: “Quais habilidades e competências são fundamentais para empreender um negócio?”. As respostas foram muito interessantes, pois seria possível descrever o perfil ideal de uma pessoa para empreender um negócio. O que chama a atenção é que 81% dos entrevistados ressaltaram características pessoais como fundamentais. Surgiram diversas características, todas envolvendo apenas o comportamento da pessoa, peculiaridades que se ela não tiver como inatas, deveria desenvolver. Citam-se abaixo:

“Liderança, relacionamento, capacitação, criatividade, inovação e ousadia” (J1).

“Paciência, persistência” (J2).

“Disciplina, comprometimento, comunicação, coragem, trabalho em equipe, proatividade, controle do ego e do tempo” (J4).

“Perseverança, atitude, foco no que faz, aprendizado constante, criatividade, saber correr riscos, flexibilidade, persistente, gostar de vender, intuitivo, motivador, estar antenado com a tecnologia e automotivação” (J5).

“Persistência e coragem” (J6).

“Ser ousado” (J7).

“Criatividade, persistência e bom senso” (J9).

“A cada dia os profissionais serão exigidos por sua pró-atividade, equivalência de valores, carisma e ética. O líder do futuro deve ter a competência de um coach e a capacidade de interagir com sua equipe de liderados, a fim de conhecer suas metas pessoais para tentar alinhá-las às metas corporativas” (J10).

“Determinação, foco, processos, liderança e oportunidade” (J11).

Outros 27% dos entrevistados responderam colocando habilidades e competências envolvendo o negócio como fundamentais. Amar o negócio e, principalmente, conhecê-lo bem, para eles, são os principais pontos para empreender um negócio. As respostas abaixo ilustram o que foi dito:

“Paixão pelo negócio e entender/ conhecer em qual mercado a sua empresa será competitiva (diferenciais) e será rentável” (J2).

“Conhecer o negócio (ter o negócio no coração), conhecer o negócio e como ele se porta, trabalhar bastante e sempre buscar saber quais as dificuldades do setor em geral” (J7).

“Primeiro de tudo, saber o que está fazendo, sempre embasado de um bom estudo e planejamento. Saber gerir de forma responsável o negócio” (J8).

Com esse perfil de jovem empreendedor, que aproveita seu tempo livre para informar-se de assuntos gerais e de seu âmbito de atuação, além de estar com a família e amigos; teve responsabilidades em casa, durante a infância; começa a trabalhar desde muito cedo, tornando-se empreendedor a partir dos 20 anos; sabe se relacionar bem com pessoas; possui diversas características pessoais positivas; ama e conhece o seu negócio e que viaja ao exterior por algum motivo que julga importante, encerra-se a dimensão fazer.

4.3 DIMENSÃO DO SER

A última dimensão proposta neste trabalho inicia sua análise com o questionamento: “Você possuía atitudes de liderança na escola ou em grupos de amigos na infância?”. Optou-se por uma pergunta bem direta, que fizesse o entrevistado pensar se o seu perfil empreendedor começou na infância ou foi desenvolvido com o tempo. As respostas podem ser conferidas na figura 17:

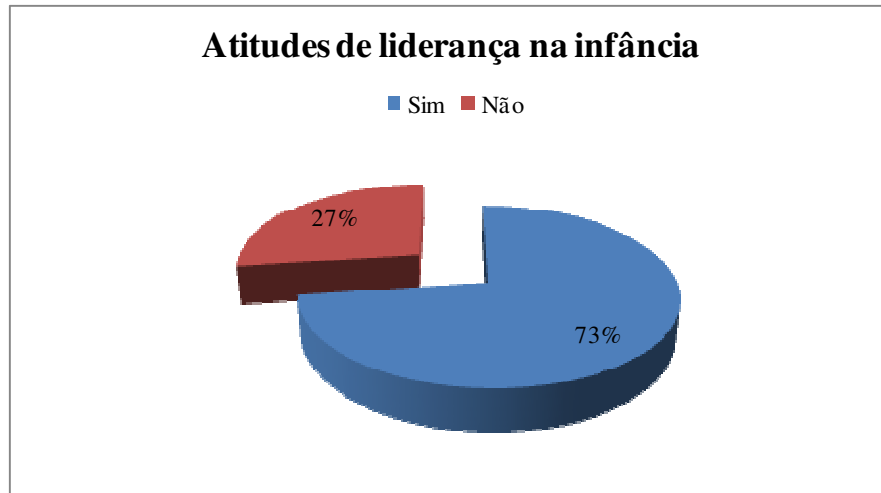


Figura 17 – Atitudes de liderança na escola ou em grupos de amigo na infância

A maioria de 73% dos entrevistados respondeu ‘sim’, que possuíam atitudes de liderança na infância. Quando questionados a quais atitudes eram, as respostas foram variadas, conforme seguem:

“Sempre conseguia convencer os colegas a fazer atividade que eu queria e tinha um bom conceito com professores” (J2).

“Representante de sala do colégio à faculdade, na organização de festas etc.” (J3).

“Sempre era escolhido para coordenar equipes, coordenar trabalhos” (J7).

Esses depoimentos confirmam a ideia de que o estímulo ao empreendedorismo vem da infância, com ações que, à primeira vista, parecem inocentes, casuais, mas que começam a formar o perfil do jovem que será diferenciado, que terá outra postura em relação à vida, diferente da grande massa. Ser representante de grupos e classes escolares permite o desenvolvimento de uma série de características que promovem o jovem a ser um empreendedor no futuro: eloquência, boa dicção e oratória, coordenação de equipes, cumprimento de prazos, e desenvolvimento da liderança pessoal.

Não se pode criar um líder. A pessoa nasce líder por natureza, porém, depois deve fazer muitos sacrifícios para chegar a uma capacidade lógica de ser líder. O líder nativo é aquele que se forma na vida, na escola, no sacrifício e em toda a cultura corrente. (...) O verdadeiro líder sempre vem da natureza, porém, depois deve estudar, continuamente, para compreender a sociedade (MENEGHETTI *apud* FARIA e PERRONE, 2008, p. 08).

Meneghetti (2008) entende que o líder um pouco se nasce, mas muito se torna, pois muito é preciso aprender, desenvolver, experimentar para acertar, tentar para aperfeiçoar. O diferencial do jovem que começa esse jogo de tentativa e erro na infância, com os colegas de escola ou amigos do bairro, aprende mais cedo a recomeçar e aprender o correto, o mais adequado para o momento.

Em uma questão aberta sobre como as pessoas o definem, os jovens empreendedores evidenciaram ampla gama de características, sendo todas elas positivas, como articulador, estrategista, solidário, calmo, comunicativo, competente, agradável, empreendedor, diplomático e inteligente; características como líder, amigo e educado apareceram duas vezes. Diante de características tão positivas seria possível afirmar que os jovens empreendedores superaram características negativas, ou que os fariam ser visto de forma negativa; não que eles não a possuam, mas as superaram em detrimento daquelas que podem ser consideradas positivas para os seus negócios.

Quando os empreendedores foram questionados se se sentem diferentes em relação à maioria das pessoas, as respostas dividem-se. Cinco empreendedores consideram-se diferentes das outras pessoas, com relação à ambição, relacionamento com pessoas, capacidade de ouvir, entre outras. E os demais jovens empreendedores não se sentem diferentes dos demais.

Em outra pergunta aberta, os jovens foram questionados sobre quais características definem um líder e que eles apresentavam. As respostas variaram bastante, mas muitas giravam em torno da equipe com a qual se trabalha, onde se pode notar que os empreendedores levam em conta muito do que a equipe pensa a seu respeito, pois aparecem características como confiança, credibilidade, (dar) segurança, paciência, ajudar, carisma. Três jovens empreendedores trouxeram à luz que motivar a equipe é uma das principais atitudes, e novos desafios foi citado por dois jovens, junto com pró-atividade e ética. Ainda aparece coragem, saber servir, capacidade de articulação, disciplina e aprendizado.

E como saber se eu, indivíduo, nasci para ser um líder, um empreendedor? Essa pergunta que é a responsável pelas maiores crises na vida dos jovens, principalmente no período em que é preciso definir o que cursar na faculdade, por exemplo, foi intitulada: “Você acredita que tem um propósito de vida?”, e as respostas aparecem na figura 18:

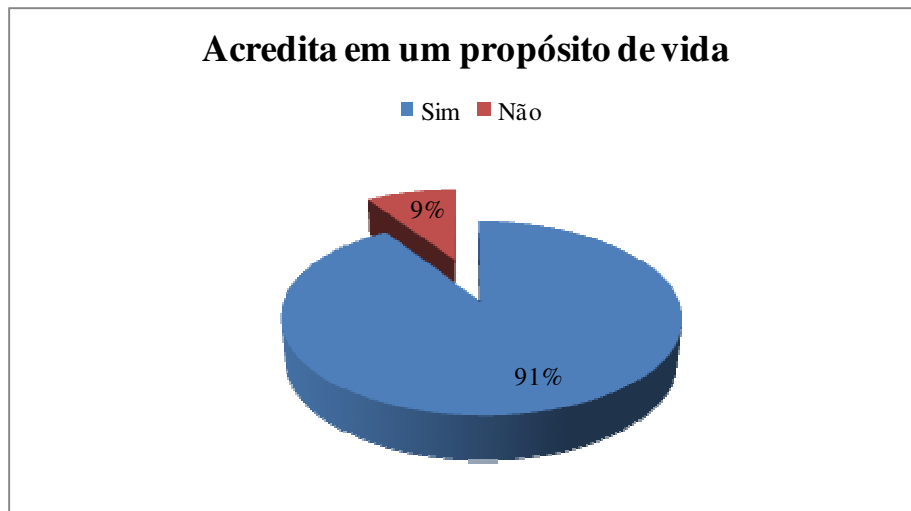


Figura 18 – Acredita em um propósito de vida

Para 91% dos entrevistados, eles acreditam ter um propósito de vida, enquanto apenas 9% diz não ter. Aos últimos, seria interessante perguntar o que eles fazem enquanto pessoas, o que justifica suas existências? Independente de religião, crença ou raça é indiscutível que temos um motivo que justifique nossa existência. Sobre esse assunto, Einstein (1981, p. 9) propõe uma reflexão interessante: “Aquele que considera sua vida e a dos outros sem qualquer sentido é fundamentalmente infeliz, pois não tem motivo algum para viver”.

Se de fato existe um propósito de vida para cada pessoa, será que os jovens entrevistados já descobriram o seu? A figura 19 apresenta as respostas a esse questionamento:

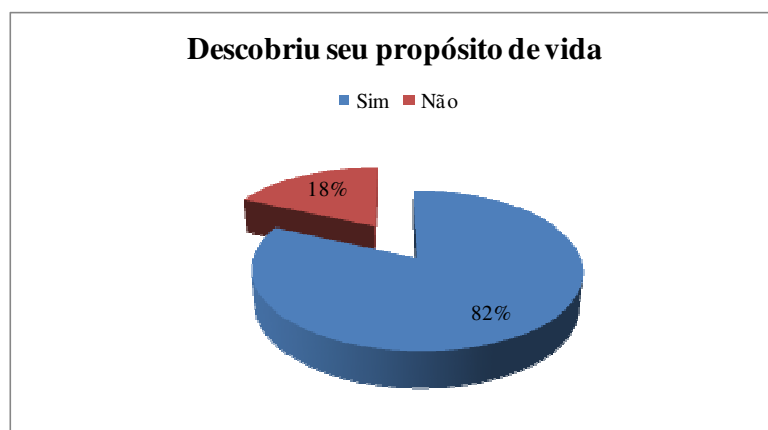


Figura 19 – Descobriu seu propósito de vida

Dos 91% dos jovens que acreditam ter um propósito de vida, 82% acreditam também já ter descoberto o seu, o que dá mais sentido a essa pesquisa, pois utilizou uma amostra que, não apenas sabe que tem um motivo para estar viva, mas também tem consciência de seu propósito a realizar. A questão aqui não é verificar se esse propósito que o jovem acredita ter descoberto está certo ou não, mas concluir que os jovens empreendedores possuem um norte, uma direção para onde seguem e essa, talvez, seja uma das principais razões que os tornam empreendedores: a consciência de saber e a responsabilidade de atuar.

Com isso, conclui-se que, na dimensão ser, o jovem empreendedor possuía atitudes de liderança na infância, sendo estimulado desde muito cedo a ser responsável pelo seu ambiente e, conseqüentemente, por si mesmo. Esse jovem também acredita ter um propósito de vida, ou seja, entende que existe um sentido maior para estar vivo e, além disso, acredita já ter descoberto o seu propósito, o que deve fazer aqui e agora para realizar-se.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi identificar as dimensões e as particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores da Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE). Para a consecução deste objetivo, realizou-se uma pesquisa descritiva, com uma abordagem quali-quantitativa.

Inicialmente foram-se delineados alguns aspectos importantes para a compreensão do ambiente aonde esta pesquisa se desenvolve, como a realidade do empreendedorismo e a realidade dos jovens no Brasil atual. Todo este trabalho direciona seu olhar sob as dimensões humanas saber, fazer e ser.

Apresentou-se um breve histórico de formação dos jovens na civilização grega e no período republicano romano, afim de que se evidenciassem algumas características valorizadas hoje que tiveram origem nas épocas citadas. Também foi apresentado o modelo de formação ontopsicológica, com a novidade de seu método de formação que procura desenvolver o ser humano nos três âmbitos: saber, fazer e ser.

Além da pesquisa teórica, foram realizadas entrevistas com onze jovens que são vinculados à CONAJE. Os resultados apresentados foram subdivididos nos três aspectos essenciais da formação para este trabalho: as dimensões saber, fazer e ser. Cada dimensão possui elementos únicos, mas se revelaram parte de um todo, o qual é impensável separado, conforme a figura do trinácrio (figura 1).

Foi possível identificar uma tendência na formação dos jovens, conforme os resultados obtidos com os entrevistados, em cada uma das dimensões propostas nesta pesquisa. Acerca da dimensão saber concluiu-se que o jovem empreendedor sabe falar fluentemente uma língua estrangeira, além de gostar da prática de esportes como sendo uma atividade que não tem relação direta com seu campo de atuação profissional; interessa-se por conhecer o ser humano, além de estar sempre se atualizando no que tange o seu campo de atuação e ainda julga-se conhecedor da cultura geral mundial, além de interessar-se por outros temas da cultura humana, como por exemplo: história, psicologia, música, entre outros.

A análise da dimensão fazer conclui-se definindo o perfil de jovem empreendedor como alguém que aproveita seu tempo livre para informar-se de assuntos gerais e de seu âmbito de atuação, além de estar com a família e amigos; teve responsabilidades em casa, durante a

infância; começa a trabalhar desde muito cedo, tornando-se empreendedor a partir dos 20 anos; sabe se relacionar bem com pessoas; possui diversas características pessoais positivas; ama e conhece o seu negócio e que viaja ao exterior por algum motivo que julga importante.

Para finalizar a análise holística dos jovens, segundo a dimensão ser, conclui-se que o jovem empreendedor possuía atitudes de liderança na infância, sendo estimulado desde muito cedo a ser responsável pelo seu ambiente e, conseqüentemente, por si mesmo. Esse jovem também acredita ter um propósito de vida, ou seja, entende que existe um sentido maior para estar vivo e, além disso, acredita já ter descoberto o seu propósito, o que deve fazer aqui e agora para realizar-se.

Acredita-se que esse trabalho abre um olhar para os jovens considerados empreendedores analisados sob as dimensões saber, fazer e ser. Sem dúvida, esse argumento não foi totalmente explorado, o que abre possibilidade para outros tantos novos trabalhos. A troca de ideias com jovens é sempre surpreendente, pois além de serem seres humanos, cada um com sua personalidade, muitas vezes são potenciais ainda não (totalmente) descobertos, o que gera uma constante sensação de alegria e bem-estar. Essa pesquisa contribuiu com os aspectos apresentados, mas, certamente, outros e novos estudos precisam ser feitos para se aprofunde e se desenvolva mais a produção de conhecimento nesta área.

REFERÊNCIAS

BERNABEI, P. Os três pontos para entrar no mundo do trabalho. In: MENEGHETTI et al. **Psicologia managerial**. São Paulo: FOIL, 2011.

BOX 1824. **O sonho do brasileiro**. 2011. Disponível em: <http://pesquisa.ohonhobrasileiro.com.br/indexn.php>. Último acesso: 7 de setembro de 2012.

BURTIN-VINHOLES, S. **Dicionário de Francês**. São Paulo: Globo, 1991.

BRITO, D. **Brasileiro é empreendedor por necessidade ou oportunidade?** 2001. Disponível em: <http://www.diegobrito.com.br/brasileiro-empreendedor-por-necessidade-ou-oportunidade/>. Último acesso: 7 de setembro de 2012.

CAROTENUTO, M. **La Paideia ontica: dai Sumeri a Meneghetti**. 1. ed. Roma: Psicologica Editrice, 2012.

CERVO, Amado L., BERVIAN, Pedro A. e DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CIA DE TALENTOS. **Empresa dos sonhos dos jovens**. 11. ed. São Paulo: Cia de talentos, 2012.

CONAJE, Institucional. Disponível em: <http://www.conaje.com.br/institucional>. Último acesso: 12 de novembro de 2012.

EINSTEIN, Albert. **Como vejo o mundo**. Trad. H. P. de Andrade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

ENDEAVOR. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/>. Último acesso: 7 de setembro de 2012.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas Light**. São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul/set. 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/docs/451/gem-brazil-2010-report-portuguese>. Último acesso: 7 de setembro de 2012.

Disponível em: http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/relatorio_executivo.pdf acessado em 12/11. Último acesso: 7 de setembro de 2012.

HERMETO, C. M. e MARTINS, A. L. **O livro da psicologia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Globo, 2012

HOUAISS, Instituto Antonio. **Houaiss Eletrônico**. São Paulo: Objetiva Ltda, 2009. CD-ROM

- LE BORTEF, G. De La compétence – essai sur un attractur étrange. In: **Les éditions d'organisations**. Paris: Quatrième Tirage, 1995.
- MARTINS, H. H. T. S. **O jovem no mercado de trabalho**. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/rbedu/n05-06/n05-06a09.pdf>. Último acesso: 9 de setembro de 2012.
- MENEGHETTI, A. **Aprendiz líder**. São Paulo: Foil, 2009a.
- MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2008.
- MENEGHETTI, A. **A arte de viver dos sábios**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2009b.
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2012.
- MENEGHETTI, A. **Lamp residence**. Recanto Maestro: Acervo ABO, 09/07/2011 (4.7_09.07.2011_3).
- MENEGHETTI, A. Inserção competitiva no mundo do trabalho. In: MENEGHETTI et al. **Psicologia managerial**. São Paulo: FOIL, 2011.
- MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2010.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Desemprego juvenil no Brasil: em busca de opções à luz de algumas experiências internacionais**. 2. ed. Brasília: OIT. 2001. Disponível em: http://www.oit.org.br/sites/default/files/topic/youth_employment/pub/desemprego_juvenil_brasil_251.pdf. Último acesso em: 30 de outubro de 2012.
- PEREIRA, S. M. **A formação do empreendedor**. Tese de Doutorado. Florianópolis: UFSC, 2001.
- PERFORMANCE LÍDER. Capa. São João do Polêsine: Associação OntoArte, n. 1, ano I. Tema do fascículo: Um homem multifacetado.
- PESCE, B. **A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.
- PETRY, A. et. al. **Identidade jovem: a formação humanista de jovens como garantia de sustentabilidade, identidade e protagonismo civil**. Recanto Maestro: Associação Brasileira de Ontopsicologia, 2011.
- SELLTIZ, C. et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.
- SCHAEFER, R. A nova cara das lideranças empresariais brasileiras. **Performance Líder**. São Paulo: Ontopsicológica, n. 9, ano V, 2012, p. 22-27.

VERAS, E. da C. R. Administração: a cara do empreendedorismo jovem. **Revista Eletrônica Manauara de Administração e Ciências Contábeis**. Manaus, v. 1, n. 3, p. 141-150, ago/dez. 2012.

ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que fui informado(a), a respeito do objetivo geral da pesquisa intitulada “SABER, FAZER E SER: A TRAJETÓRIA DE FORMAÇÃO DE JOVENS EMPREENDEDORES”, que é o de identificar as dimensões e as particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores da Confederação Nacional de Jovens Empreendedores (CONAJE). Fui igualmente informado(a) que minha participação nesta pesquisa será realizada por meio de respostas a um questionário. Estou também ciente:

- De que existem 02 pesquisadores responsáveis por esta investigação: Gabrielle Viegas Foletto, aluno da AMF, e Ricardo Schaefer, professor da AMF;
- De que será garantido o direito de sigilo de meu nome e/ou de meu(s) dependente(s) e colaboradores, sendo que em nenhum momento, nem em materiais publicados ou na apresentação oral desta pesquisa, tais identidades serão reveladas, se assim eu desejar;
- De que não existe nenhum risco potencial para mim e/ou dependente(s) e colaboradores;
- A pesquisa não apresenta riscos físicos, morais ou qualquer tipo de constrangimento;
- De que se eu tiver alguma dúvida em relação ao estudo, como questões de procedimentos, riscos, benefícios ou qualquer pergunta, eu tenho direito de obter respostas;
- De que não há obrigatoriedade de participar desta investigação e mesmo depois de iniciada posso desistir sem ser penalizado(a) de forma alguma. E que caso desista o material coletado até o momento a meu respeito ou colaboradores não será utilizado;
- De que os benefícios recebidos serão em termos de produção de conhecimentos acerca das dimensões e das particularidades da trajetória de formação dos jovens empreendedores da Confederação Nacional de Jovens Empreendedores (CONAJE);
- De meu direito de acesso às informações coletadas e aos resultados obtidos;
- De minha responsabilidade em não falsear as informações e de meu compromisso com o sigilo das informações coletadas nesta investigação;
- Sendo minha participação totalmente voluntária, estou ciente de que durante ou após esta investigação, não terei direito a nenhum tipo de remuneração ou outros benefícios, bem como não terei nenhum tipo de despesas ou prejuízos de qualquer outra ordem.

Considerando-me livre e esclarecido(a), consinto em participar da pesquisa proposta, resguardando ao/aos autor (a/res) do projeto, propriedade intelectual das informações geradas e expressando concordância com a divulgação pública dos resultados.

O presente documento está em conformidade com a Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Será assinado em duas vias, de igual teor, ficando uma em poder do participante da pesquisa e outra em poder do(s) pesquisador(es).

Local e data: _____

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

Nome do(s) pesquisador(es) responsável(eis): Gabrielle Viegas Foletto

Assinatura do(s) pesquisador(es) responsável(eis): _____

Telefone do(s) pesquisador(es) responsável(eis): 55-9652-2828

Endereço para contato: Faculdade Antonio Meneghetti-AMF
Rua Recanto Maestro, 338 Distrito Recanto Maestro – São João do Polêsine, RS/Brasil
Tel. (55) 3289-1141 / 3289-1139
E-mail: amf@faculdadeam.edu.br | www.faculdadeantoniomeneghetti.edu.br

APÊNDICE

Prezados,

Essa é uma pesquisa da Antonio Meneghetti Faculdade do curso de graduação em Administração com a temática “Saber, Fazer e Ser: a trajetória de formação de jovens empreendedores”. Solicito, por gentileza, a colaboração para responder a mesma, e enfatizamos que em hipótese alguma será divulgada a identificação do participante.

Nome: _____ Idade: _____

Saber:

1) Qual é seu grau de instrução:

- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Pós-graduação (MBA, Especialização)
- Mestrado
- Doutorado

Qual(is) é(são) seu(s) curso(s) de formação? _____

2) Você sabe falar fluentemente alguma(s) língua(s) estrangeira(s)?

- Sim Não

Qual(is)? _____

3) Se você respondeu sim na questão anterior, com que idade você começou esse estudo?

- 6 – 14 anos
- 15 – 20 anos
- 21 – 25 anos
- 25 anos em diante
- Outro: _____

4) Por que você começou a estudar uma(s) língua(s) estrangeira(s)?

- Vontade própria
- Incentivo dos pais
- Ocupar o tempo livre
- Necessidade de trabalho
- Viagem ao exterior
- Outro: _____

5) Você estudou assuntos de outras áreas, como:

- Aprender a tocar algum instrumento musical;
 Aprender a cantar/dançar;
 Praticar algum esporte;
 Outro: _____

6) Você julga-se um conhecedor da cultura geral mundial?

- Sim Não

7) Por quais temas da cultura humana você se interessa?

- Filosofia História Artes Literatura Psicologia Música
 Outro: _____

8) Sobre qual tema você poderia passar um final de semana estudando e não cansaria?

9) No seu entendimento, quais conhecimentos são fundamentais para um empreendedor ter sucesso?

Fazer:

1) O que você costuma fazer no seu tempo livre:

- Praticar algum esporte;
 Ler livros, artigos, revistas relacionadas ao seu trabalho;
 Procura informar-se sobre notícias mundiais e nacionais;
 Descansar;
 Ficar com família, amigos;
 Assiste a filmes;
 Toca algum instrumento musical;
 Outro: _____

2) Na sua infância, você possuía alguns afazeres em casa?

- Sim Não

Quais? _____

3) Marque a opção que reflete sua experiência profissional em cada época citada:

6 – 14 anos voluntário trainee estágio assalariado autônomo empreendedor

15 – 20 anos voluntário trainee estágio assalariado autônomo empreendedor

21 – 25 anos () voluntário () trainee () estágio () assalariado () autônomo () empreendedor

25 anos em diante () voluntário () trainee () estágio () assalariado () autônomo () empreendedor

4) O que você sabe fazer melhor do que os outros? _____

5) Você já viajou ao exterior?

() Sim () Não

Para onde e por qual motivo? _____

6) Quais habilidades você desenvolveu na sua trajetória profissional que foram fundamentais para chegar aonde chegou?

7) Quais habilidades e competências são fundamentais para empreender um negócio?

Ser:

1) Você possuía atitudes de liderança na escola ou em grupos de amigos na infância?

() Sim () Não

Quais? _____

2) Como as outras pessoas geralmente o definem?

3) Você se sente diferenciado em relação à maioria das pessoas? Em qual aspecto?

4) Quais características que para você definem um líder e que você apresenta?

5) Você acredita que tem um propósito de vida? Você já descobriu o seu?

() Sim () Não () Sim () Não

6) Você cultivou alguma opção religiosa em algum momento da sua vida?

() Sim () Não

Qual? _____

7) Como você define um empreendedor?

8) Como você se define?
