

Edição temática em

Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento

Iniciação

Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Volume 6 Número 6

Setembro de 2017



ISSN
2179-474X

Editorial

Caros leitores,

A expansão do ensino superior no Brasil vista na última década inaugura um momento importante do acesso à educação no Brasil. Apesar disso, ao que parece, as instituições de ensino superior ainda enfrentam desafios quando nos deparamos com a insatisfação do mercado de trabalho em relação ao perfil profissional dos formandos. Tal insatisfação reflete as metamorfoses ocorridas no modelo tradicional de trabalho e a falta de preparo destes profissionais para enfrentar os desafios apresentados. Em suma, cresce no país uma onda de preocupação em relação a dissonância dos dois mundos mediados pelas instituições de ensino superior: o sonho profissional dos recém-formados e o mercado de trabalho que os irá absorver.

Em razão disto, vivemos um momento inaudito de mudanças e incertezas no debate que compete o repensar o modelo tradicional de educação. Para além das metodologias e práticas pedagógicas adotadas por instituições do ensino superior, uma dimensão crucial para repensar e discutir o modelo educacional é a pesquisa, seja ela aplicada ou não. Desta forma, precisamos ainda quebrar alguns paradigmas que limitam a pesquisa a pequenos horizontes, o que enfraquece o seu potencial transformador da educação, do desenvolvimento econômico e social.

A pesquisa ainda é vista como custo e não como investimento para a maioria das instituições de ensino, posição diametralmente oposta a de países desenvolvidos. Visão míope quando comparamos o Brasil com países desenvolvidos, como por exemplo, os Estados Unidos, Israel, ou ainda, Japão. Segundo dados da pesquisa realizada pelo ONG Batelle, divulgada em 2016 na Revista Exame, o Brasil encontra-se em 36º no ranking mundial, com investimento de apenas 1,3% do PIB em pesquisa e desenvolvimento.

Outro paradigma a ser quebrado é a ilusão de que apenas pesquisas aplicadas deveriam ter investimento. Isso porque acredita-se que o resultado de uma pesquisa deveria obrigatoriamente ser um produto, materializado. Pesquisa reflete em maior conhecimento, em profissionais com maior capacidade crítica e analítica, com competências de associar conceitos e informações com a realidade presente, de questionar o modo como as coisas são feitas e, portanto, contribuir com a criatividade e a inovação. Precisamos investir na formação dos profissionais, por meio do desenvolvimento de competências que os torne mais preparados para enfrentar as

mudanças constantes na economia, na política e na sociedade, sem engessá-los em currículos pouco flexíveis e em conhecimento puramente técnico.

Destaco ainda, a baixa integração entre as instituições de ensino superior, o setor privado e o setor público, com investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Um bom exemplo dessa integração é o Vale do Silício, centro mundial de pesquisa, tecnologia e empreendedorismo, onde a Universidade de Stanford desempenha papel fundamental. Tina Seelig, diretora executiva do Stanford Technology Ventures Program, afirma com orgulho que "*A universidade é um grande motor de criação de novas ideias, e de ensinar os estudantes a trazer suas ideias à vida*"¹. Tina acredita que para que os alunos possam compreender o mundo empreendedor e, então, contribuir para as empresas em que vão trabalhar, para o país e para o mundo, é necessário ir além do conhecimento técnico. Ressalto que enquanto essa integração no Brasil não passar de uma ideia, setor público, setor privado e a sociedade continuarão alijados dos benefícios trazidos pela ciência.

Ademais, a pesquisa não deve ser patrimônio de nenhuma elite, tampouco restringir-se apenas ao ensino superior. Precisamos superar o modelo tradicional de transmissão de saberes e incentivar a perspectiva investigativa, associando teoria e prática por meio da investigação e da vivência, contribuindo para que os alunos possam trilhar seus próprios caminhos. Estimular a curiosidade e o debate acerca da origem das coisas, causa e relação entre diferentes fenômenos é o primeiro passo para criar um ambiente favorável à inovação e ao empreendedorismo, bem como contribuir para a formação de um profissional mais autônomo e crítico.

O Centro Universitário Senac tem feito sua parte. O estímulo à pesquisa ocorre desde o ingresso do alunado nos diferentes cursos ofertados. Os alunos podem experimentar a pesquisa por meio dos mais de 100 projetos de pesquisa científica e de extensão, em diferentes áreas do conhecimento. Tais projetos propõem um olhar holístico acerca dos fenômenos estudados, que concebem a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade como métodos de pesquisa que privilegiam a relação complexa entre diferentes saberes. Esta característica pode ser facilmente observada nos artigos apresentados neste volume.

¹ Reportagem Especial do Jornal O Estado de São Paulo, "**Por que empresas que mudam o mundo nascem no vale**", Renato Cruz, 04 de setembro de 2011. <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,por-que-empresas-que-mudam-o-mundo-nascem-no-vale-imp-,768172>.

Por fim, parabenizo a todos os envolvidos pela dedicação e resultados alcançados, assim como por compartilharem conosco o conhecimento gerado. Então só resta agora desejar-lhes uma enriquecedora jornada pelo conhecimento científico.

Boa leitura!

Profa. Dra. Natalia Navarro dos Santos

A percepção do processo de gestão e do desenvolvimento da qualidade nos serviços da Fundação João Theodósio de Araújo (Associação dos Cegos)

The perception of the management process and development of quality in the service of the Foundation João Theodósio de Araújo (Association of the Blind).

Marcelo Calderari MIGUEL¹, Vitorino Fontenele FREIRE²

1; 2 Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas (CCJE)

1{calderari100@gmail.com}

Resumo. Este trabalho avalia a qualidade dos serviços prestados na Fundação João Theodósio de Araújo (Associação dos Cegos) de Juiz de Fora, Minas Gerais, utilizando o método de Parasuraman, Zeithaml e Berry, o SERVQUAL. Examina a Matriz Importância X Desempenho como ferramenta para análise dos dados em relação às dimensões da qualidade: Confiabilidade, Empatia, Garantia, Receptividade e Tangibilidade. A metodologia deste estudo possui caráter descritivo de natureza quantitativa. Seu delineamento é do tipo levantamento com a utilização de questionário e da técnica do incidente crítico. O resultado obtido nessa pesquisa evidencia que os clientes consideram a dimensão Tangibilidade relevante e, ratificar que a qualidade no processo de desenvolvimento e gestão serviços trata-se de um diálogo desenvolvido e compartilhado entre consumidores e gestores. Recomenda o método SERVQUAL para avaliação da qualidade frente ao modelo filantrópico, realizado entidades beneficentes de assistência social na área de saúde e, assenti como ferramenta útil para a gestão e a tomada de decisões - o qual destaca pontos fortes e fracos das instituições, gerando informações sob a ótica da clientela.

Palavras-chave: gestão, servqual, qualidade de serviços

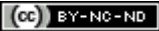
Abstract. *This study evaluates the quality of services provided foundation João Theodósio de Araújo (Association of the Blind) of Juiz de Fora, using the method of Parasuraman, Zeithaml and Berry, the SERVQUAL. Examines the Importance Matrix X Performance as a tool for data analysis in relation to the dimensions of quality: Reliability, Empathy, Assurance, Responsiveness and Tangibility. The methodology of this study has descriptive quantitative. Its design is lifting type using questionnaire and critical incident technique. The results obtained in this research show that the customers consider a relevant size tangibility and ratify what quality in development process and management this is um dialogue services developed and shared between consumers and managers. Recommends SERVQUAL method for assessing the quality of the philanthropic institutions, performed in charitable entities of social assistance in healthcare, we recognize as useful tool for management and decision - which highlights strengths and weaknesses of the institutions, generating information from the perspective of customers.*

Key words: management, servqual, quality of services.

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento
Vol. 6 nº 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional 

1. INTRODUÇÃO

No presente artigo pretende-se abordar o seguinte problema: quais percepções e expectativas têm os clientes da Associação dos Cegos sobre a qualidade dos serviços ofertado pelo centro especializados em oftalmologia e pela ótica dessa fundação?

O objetivo principal da pesquisa é avaliar a qualidade dos serviços ofertados em uma entidade que atua na área da oftalmologia clínica, cirúrgica e assistencial; visa também, apresentar uma adaptação da abordagem teórico-metodológica SERVQUAL como instrumento capaz de aferir à relevância das cinco dimensões da qualidade.

Diante dessa análise, é imprescindível acrescentar que essa entidade, tem a missão de promover a inclusão do cego na sociedade (sendo uma das mais tradicionais de Juiz de Fora). A instituição traz como lema ser a "luz dos olhos de quem não a tem". Assim sendo, a Associação dos Cegos existe não somente para prestar assistência ao deficiente visual, mas também para impedir que outras pessoas fiquem privadas do dom de enxergar.

Diante os fatos apresentados, cabe destacar que o ano de 2016, marcou os setenta e sete anos de existência dessa entidade, pioneira, que trabalha em prol da prevenção da cegueira, da inclusão e desmarginalização de pessoas com deficiência visual. Deve-se ressaltar ainda que a ambição da Associação dos Cegos propende à manutenção e a reabilitação Práticas Educativas para uma Vida Independente (PEVI) e visa também à correta confecção de óculos em seu departamento ótico.

Vale lembrar que a cegueira, ou seja, a incapacidade de ver devido à perda ou à ausência da percepção dos estímulos visuais atinge aproximadamente 45 milhões de pessoas no mundo, podendo alcançar uma inquietante projeção de 75 milhões até 2020 (PASCARETTA JÚNIOR, 2008).

O presente texto traz uma reflexão sobre a qualidade dos serviços, tendo o escopo no atendimento da clínica oftalmológica e do departamento ótico. Em linhas gerais, pode-se dizer que a noção de serviços é mais claramente vista na consulta clínica e no atendimento desta. Isso justifica nossa escolha para compor o rol de entrevistados, ou seja, aqueles que haviam utilizado de ambos os serviços da associação.

Diante a conjuntura apresentada, escolhemos a abordagem teórica-metodológica SERVQUAL – a qual prevê que somente pode avaliar um serviço quem realmente teve uma experiência prévia e, além disso, encontram-se esclarecido sobre a arranjadura e ambiência do atendimento.

Este artigo se articula, portanto, da seguinte maneira. A próxima seção apresenta-se uma revisão da literatura acerca das transformações e desafios que cerceia a evolução institucional. Por conseguinte, resgata-se apontamentos multirelacionados a temática da qualidade em serviços. Sendo assim, a terceira seção dedica-se a esclarecer a metodologia aplicada, sendo dividida em duas subseções: pressupostos teóricos e procedimentos metodológicos. Já a quarta seção versa sobre a análise dos resultados e propõem um exame da matriz importância-desempenho, vulgo análise de quadrantes. Em seguida procura discutir os resultados, esperando que as implicações sirvam para que a associação desenvolva estratégias efetivas e sustentáveis - visando o melhoramento ou a manutenção das suas operações (como forma de angariar vantagem competitiva). Já as considerações finais reportam que a questão da qualidade não é um mero olhar observador, mas múltiplos olhares que vêem além, que criam, arquitetam, ajuízam e compreendem o que estão vendo e ajudam a aprimorar e a desenvolver ações e serviços no âmbito organizacional. Vale ressaltar, todavia, que o tema não foi esgotado e possíveis desdobramentos podem fundamentar uma continuidade nessa linha de pesquisa.

Grosso modo, ao auferir que o fio condutor dessa análise é a interpretação da qualidade do serviço percebida pela clientela, verifica-se que os resultados geram uma constatação que permite identificar quais os atributos do serviço (dimensões da qualidade) impactam positivamente a satisfação do público. Esse diagnóstico então abre caminho, amplia os olhares da gestão em pró da qualidade. Portanto, mais do que meras sutilezas teóricas, esse estudo gera um diagnóstico para enfrentamento da concorrência e melhoria estratégica da entidade.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Cidadania, transformações e desafios

A Fundação João Theodósio Araújo, responsável pela Associação dos Cegos em Juiz de Fora, é uma entidade beneficente de assistência social na área de saúde cuja missão é promover a inclusão do cego resgatando-lhe o direito à cidadania e oferecendo-lhe condições para qualificação educacional e profissional. A atuação na área da oftalmologia clínica e cirúrgica tem o designo de promover como “qualidade” um constante aprimoramento nos atendimentos para a preservação da visão e a prevenção da cegueira. O *slogan* que acompanhou a história e a evolução dessa associação afirmar que “em juiz de fora cego não pede esmola” e, desde 1939 busca a entropia negativa, tendo em seus percursos e percalços grandes dificuldades financeiras e desafios. Contra o plano de fundo destas nem sempre silenciosas mudanças, a entidade visa à “prevenção” – sendo, centro de referência de combate ao glaucoma.

Conforme preconiza Bobbio (1992), o problema fundamental em relação aos direitos humanos na contemporaneidade não é tanto o de justificá-los, mas sim, de protegê-los. Portanto, estamos além de uma questão filosófica; o eminente jusfilósofo reporta que o compromisso com a gestão social perpassa por um hodierno ensejo político – que se traduz na questão da tolerância e convivência expressa nos traços estruturais que norteia a perseguição e proliferação dos direitos que desejamos (mediante a intervenção ativa do Estado).

Considerando o contexto apresentado, o propósito investigado por este trabalho ressaltar a profunda simbiose entre a entidade beneficente (criada em 1939) que atende cerca de quatro mil usuários por mês com oferta de consultas, exames e ótica que presta serviços a população. Em termos de desafios, o entendimento que permeia essa análise engloba diferentes contextos e tendências de acolhimento, saúde e bem-estar. Levando-se em conta todos esses fatores intrínsecos, é de fundamental destacar que receber uma assistência à saúde de qualidade é:

[...] um direito do indivíduo e os serviços de saúde devem oferecer uma atenção que seja efetiva, eficiente, segura, com a satisfação do paciente em todo o processo. O Instituto de Medicina (IOM), dos Estados Unidos da América (EUA), define a qualidade na assistência como o grau em que os serviços de saúde aumentam a probabilidade de obter os resultados desejados com o nível de conhecimento científico atual (BRASIL, 2015).

Segundo os últimos dados (2016) do Ministério da Saúde, a Fundação João Theodósio Araújo, responsável pela Associação dos Cegos em Juiz de Fora conquistou o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Cebas) na área de saúde. Isso corrobora ainda mais como a tese que embora haja cobrança pelos procedimentos do centro clínico e ótico, a organização se constitui perante o desafio de empoderar os “cidadãos” a uma nova realidade biopsicossocial através do desenvolvimento de sua gestão.

Com isso, não se pode deixar de citar os desafios para a aplicação prática de uma entidade centrada nas necessidades da clientela, envolvendo um elenco de atributos que costumam impactar de forma mais acentuada àqueles em condição de maior vulnerabilidade social e, também a todos os cidadãos que utilizam e colaboram com a instituição.

Urge, portanto, a necessidade de pensar coletivamente junto com a sociedade civil organizada, as estratégias de atuação em um cenário para promoção do bem-estar, de uma agenda estratégica, que de fato eleja a qualidade como prioritária, ocorre, *ipso facto*, no plano de um sistema tão complexo como os dos serviços de saúde e assistencialismo. Este trabalho torna-se um grande desafio a ser conquistado e mantido ao longo do tempo. O cuidado centrado no usuário do serviço enquadra as qualidades de empatia, benevolência, temperança e capacidade de resposta às necessidades, valores e preferências imbuídas e inerentes a cada atendimento.

2.2 Interfaces multidimensionais da qualidade

A proposta deste trabalho vislumbra o uso do método *SERVQUAL* em que se infiltrou paulatinamente como instrumento avaliativo, conforme Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985; 1988) se mede diante a amplitude da discrepância entre as percepções (desempenho percebido) e as expectativas dos clientes. Assim sendo, há varias pesquisa que evidenciam a correspondência entre a satisfação e a retenção de clientes, uma vez que expandir o status de satisfação pode defluir na aquiescência do ânimo de repetir a experiência de um serviço.

Em linhas gerais, a “qualidade” pode ser definida de distintas formas. Nesse estudo escolheu-se o conceito dos autores citados, no qual: a qualidade é a diferença entre as expectativas (esperado) dos clientes sobre o serviço a receber e suas percepções (percebido) sobre os serviços efetivamente entregues. Ainda assim, quando se trata de serviços é necessário atender a critérios desejáveis por aqueles que recebem o serviço, posto isto, a qualidade dos serviços prestados pelas entidades depende de conhecimento das expectativas e necessidades dos seus clientes.

Baseadas nessa premissa (...) propõem 22 questões para a avaliação das expectativas e das percepções, respectivamente. A segunda seção questiona o cliente sobre a importância de cada dimensão da qualidade (tangibilidade, confiabilidade, responsividade, garantia e empatia). No final, a avaliação da qualidade do serviço é obtida pela comparação dos valores das expectativas e das percepções (MELLO *et al.*, 2010, p.177)

Em conformidade com Juran, um serviço ou produto será de qualidade quando for “adequado à utilização pretendida”, isto é, assentar para o que estava presumido. Essa definição pressupõe que antes de oferecer um serviço ou produto, existe uma reflexão implícita ou explícita sobre as necessidades e expectativas que ele tenciona atender. De igual maneira, quando se fala em da interdependência do cliente para julgar o produto ou serviço, por exemplo, estamos diante do ponto nevrálgico pesquisado por Deming (1994), Juran (1994) e Ishikawa (1997).

Qualidade é um termo multidimensional, por ter significados de natureza objetiva e subjetiva, e por variar de acordo com grupos de interesse e seus atores (multidimensionalidade intrínseca), bem como da sua relação com o programa ou serviço em questão (multidimensionalidade extrínseca). Apesar disso, a percepção sobre atributos de qualidade de determinado produto ou serviço sempre foi realizada pelo homem [...] O conceito de qualidade começa a ser delineado, no início do século passado. A estatística é incorporada ao movimento pela qualidade, e Deming e Juran surgem com a noção de qualidade de forma mais elaborada (BRASIL, 2015).

Dessa maneira o conceito de qualidade começa a ser delineado, é resultado entre a comparação das percepções com as expectativas dos clientes, e apresenta uma confrontação entre expectativas e as percepções proeminentes. Essencialmente, o movimento verificação da qualidade requer certos cuidados e definições mais precisas, caso contrário não se percebe as diversas dimensões que compõem esse conceito, ou seja, a Confiabilidade, Tangibilidade, Receptividade/Sensibilidade, Garantia/Segurança e Empatia.

Confiabilidade: A capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão. Tangíveis: A aparência física de instalações, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação. Sensibilidade: a disposição para ajudar o cliente e proporcionar com presteza um serviço. Segurança: O conhecimento e a cortesia de empregados e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade. Empatia: A atenção e o carinho individualizados proporcionados aos clientes (BERRY; PARASURAMAN, 1992, p. 30).

Ainda que haja consonâncias entre os estudiosos da qualidade não é nexos que se reproduz, *in totum*, Deming (1994) e Juran (1994) afirmam que a percepção de qualidade é frequentemente influenciada por nossas próprias expectativas de resultado, necessidades, experiências prévias, estado emocional e cognitivo daquele momento.

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Possibilidades e perspectivas epistemológicas

A presente investigação teve por objetivo examinar o pacote de serviços da Associação dos Cegos, o conjunto de mercadorias e serviços ofertados pela instituição que desencadeia ações de qualidade.

Nossa proposta é analisar também as interfaces desse pacote de serviços e suas cinco características: 1) instalações de apoio: os recursos físicos necessários para oferecer um serviço; 2) bens facilitadores: os materiais adquiridos ou consumidos pelo cliente; 3) informações: a informação disponibilizada pelo cliente ou pelo fornecedor e que permite um serviço eficiente e customizado, tal como prontuários e o site institucional; 4) serviços explícitos: os notáveis benefícios prontamente percebidos pelo cliente, que representam características essenciais de um serviço; e os 5) serviços implícitos: aqueles benefícios psicológicos sentidos apenas vagamente pelo cliente.

Para funcionar o sistema de serviços deve-se interagir com os clientes a ponto que estes sejam participantes do processo, considerando que esses aparecem conforme sua própria vontade. Por tal motivo, encontra-se singularidade no processo de serviço que estão descritas a seguir: a) participação do cliente no processo: é importante a presença do cliente para a criação de valor nas empresas e, cada vez mais fica evidente que não basta as organizações estarem direcionadas ao atendimento das necessidades de seus clientes, elas carecem de uma transformação para além deste posicionamento aprendendo a explorar a interação com os seus clientes no processo de criação de valor; b) simultaneidade: os serviços não podem ser estocados, pois são criados e consumidos simultaneamente; c) perecibilidade: o serviço é perecível pois está relacionado com a necessidade do cliente; d) intangibilidade: os serviços são intangíveis e o cliente precisa confiar na reputação da instituição e; e) heterogeneidade: a natureza intangível dos serviços, aliada ao papel do cliente como participante no sistema, resulta em uma variação dos serviços de cliente para cliente. Segundo Mello e colaboradores (2010) prover serviços de alta qualidade parece ser

um pré-requisito para o sucesso, ou para a sobrevivência, das organizações de serviço a partir da década de 80.

Em razão dessas características únicas, Berry, Zeithaml e Parasuraman (1990) afirmam que os clientes avaliam o serviço comparando o serviço recebido (percepção) com o serviço que eles desejam (expectativa). Baseadas nessa premissa, diversas ferramentas para medição da qualidade do serviço e, conseqüentemente, das expectativas dos clientes foram desenvolvidas. Essas ferramentas poderiam ser usadas pelas organizações ao final do desenvolvimento de seus serviços para medir o quanto esse novo serviço atingiu no nível de percepção e expectativa do cliente esperando pela empresa (MELLO *et al.*, 2010, p122).

E nessa alta complexidade do sistema do valor percebido de um produto ou serviço encontra-se explanada por Kotler e Keller (2013), de modo que:

O valor é quanto valem para um determinado cliente os benefícios técnicos, econômicos, de serviços e sociais de um produto ou serviço. Diversos cuidados precisam ser tomados quando se procura mensurar o valor percebido de um produto ou serviço. Para identificar o valor percebido por um consumidor, é preciso investir em conhecimento, o que significa levantar informações que assegurem melhor tomadas de decisão. Ou seja, por meio de pesquisas é possível determinar o que o cliente quer e o que ele espera de um serviço, como ele percebe o serviço. Uma vez mensurado o valor percebido pelo cliente, é possível estabelecer uma estratégia sobre o que realmente tem significado e importância para esse cliente (KOTLER; KELLER, 2013).

3.2 Procedimentos metodológicos

A pesquisa tem caráter quantitativo-descritivo com a utilização de um questionário semiestruturado e não disfarçado, elaborado a partir de um pré-teste, utilizando a abordagem teórico-metodológica *SERVQUAL* (*Service Quality Gap Analysis*), sugerido por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985).

Tal abordagem torna exequível avaliar a qualidade numa conjuntura em que os serviços prestados podem diversificar. Cada indivíduo retrata jeitos, características e polaridades próprias de acolher e recepcionar, modos de se colocar à disposição, de compreender, de ser e fazer singulares.

Mas, por que denominamos o *SERVQUAL* como uma abordagem teórico-metodológica? Pelo fato de proporcionar um corpus teórico sobre imensuráveis conceitos, tais como: qualidade, satisfação, percepção, expectativa, serviços, entre outros conceitos. Outrossim, propõe uma metodologia científica hábil de levar à concretização de diagnósticos que tenha como objeto de estudo a satisfação da clientela quanto os serviços prestados.

Participaram do estudo 181 pessoas, entre os dias dez e trinta de setembro de 2016, nos períodos matutino e vespertino. Sendo noventa e cinco mulheres e oitenta e seis homens, que frequentam ou utilizaram os serviços da clínica e da ótica na Associação dos Cegos da Fundação João Theodósio de Araújo. A coleta dos dados ocorreu no mês de outubro de 2016, pelo período de 15 dias. Os finais de semana foram excluídos pelo caráter contribuir um viés do estudo e; amostra considerada é não probabilística e se deu por conveniência; correspondendo disponibilidade dos respondentes entre os horários preestabelecidos: pela manhã, das 7h30min às 11h; e à tarde, das 14h às 17h30min, em frente a referida instituição e, após terem utilizado o/s serviço/serviços.

Utilizamos, na coleta de dados, três tipos de abordagens: a observação participante, a entrevista semiestruturada tal e qual a utilização da técnica de incidente crítico e, por fim, a adaptação da abordagem teórica metodológica *SERVQUAL*. A observação

participante quanto técnica de abordagem foi fruída por ser sensível as peculiaridades da situação, dado que ela é independente do grau de conhecimento e da capacidade verbal dos sujeitos possibilitando checar, na prática, a sinceridade de certas argumentações dos entrevistados e possibilitar o registro temporal.

Na presença da esquematização das questões, os foliões deveriam assinalar uma opção entre 1 e 5 da escala *Likert* para o item "importância" (sendo que na escala 1=menos importante e 5=muito importante); para o item "satisfação" (sendo que na escala 1=insatisfeito e 5=muito satisfeito); acerca das 22 sentenças: 1, 2, 3 e 4 questões referem-se a dimensão tangibilidade; 5, 6, 7, 8 e 9 referem-se à confiabilidade; 10, 11, 12 e 13 à receptividade; 14, 15, 16 e 17 à segurança, e por fim; as sentenças 18 a 22 referem-se à empatia. Em suma, a interpretação dos resultados da pesquisa considera as técnicas estatísticas (análise descritiva). Os dados coletados foram entre os dias dez a trinta de setembro de 2016, sendo o instrumento de coleta de dados aplicado após a consulta clínica e o atendimento na ótica; sendo inseridos e tabulados no programa *Excel* da *Microsoft* para confecção/organização em tabelas e gráficos descritivos.

Em convergência com Crossno *et al.* (2001), preferimos utilizar o termo importância ao invés de expectativas, proposto pelo método *SERVQUAL*, porque essa abordagem teórico-metodológica permite ajustes, isso tal, simplifica a compreensão: é mais fácil para o participante entender: "o quanto atendimento é importante para você" do que "qual a sua expectativa em relação ao atendimento". Pela mesma razão, percepção foi substituída por "satisfação" na esquematização das questões.

Certamente, nem todas as idéias apresentadas são adaptadas, muitas delas até parecem inequívocas. Sua riqueza incide nessa grande simplicidade, em congruência ao grau de aplicabilidade prática. Por outro lado, a entrevista semiestruturada e adequação das questões referenciadas no *SERVQUAL* possibilitam identificar a construção e descoberta de novos significados (para as experiências atuais através do *insight*) dos desejos e necessidades dos entrevistados. Na realidade, pouco a pouco, o modelo *SERVQUAL* foi substancialmente reconstruído pela técnica do incidente crítico; consoante a condição *sine qua non* Serrano (2006) aponta o nexos entre desempenho e as exigências de satisfação e insatisfação dos clientes diante as vicissitudes torna-se um elemento-chave não apenas para a "sobrevivência" da fundação, mas também para a consolidação da imagem de experiência, tradição e solidez institucional.

4. RESULTADOS

Um total de 181 respostas foram coletadas, no qual foram considerados apenas os questionários que tinham a resposta "Sim" as questões: "você já consultou na clínica da associação dos cegos e; utilizou os serviços da ótica da associação?". Uma vez que o modelo *SERVQUAL* exige certo conhecimento e/ou experiência prévia do serviço a ser avaliado. A faixa etária dos participantes variou de 18 a 64 anos de idade, sendo cento e sete indivíduos casados e setenta e quatro solteiros; dentre os casados, três têm cônjuge com cegueira. Todos têm o Ensino Médio completo, e sete entrevistados estão cursando o Ensino Superior.

Quanto ao sexo, 95 (59,12%) eram mulheres e o restante, 74 (40,88%), homens. Em termos de faixa etária, 66 participantes (36,46%) como idade entre 18 – 29 anos, e 115 (63,54%) participantes como idade entre superior a 29 anos.

Quanto ao município de residência: 143 (79,01%) são da Mesorregião da Zona da Mata, 16 (8,84%) da Mesorregião do Campo das Vertentes, 18 (9,94%) da Mesorregião do Sul Fluminense e, outros 4 (2,21%) residem em municípios da Mesorregião do Sul e Sudoeste de Minas.

Quanto à frequência de utilização, 31 (17,13%) dos participantes comparecem na associação regularmente, pelo menos uma vez por bimestre. Destaca-se também que 81 (44,75%) frequentam semestralmente. Outros 69 (38,12%) participantes não souberam ou não quiseram responder essa questão.

Uma análise dos resultados permite identificar os itens mais importantes (expectativa) para a maioria dos participantes: "instalações físicas adaptadas às necessidades dos usuários/clientes" obteve 85,64% das respostas e "Funcionários gentis e acessíveis", 88,40%. Ainda em relação à importância, os itens da pesquisa receberam dos participantes uma pontuação que variava entre 4,46 e 4,83 de uma escala de cinco pontos. Isso sugere que, os fatores selecionados para a pesquisa são de fato relevantes para os clientes da Associação dos Cegos.

Entre os itens indicados como de "maior satisfação", o primeiro deles, com 79,56% das respostas foi "Funcionários que se comunicam bem". Ainda em relação à satisfação (percepção), os participantes atribuíram às questões, uma pontuação que variava entre 4,12 e 4,63 de uma escala de cinco pontos, apontando uma pequena diferença entre a importância e a satisfação dos serviços. Entretanto, os itens que obtiveram uma pontuação menor podem representar aspectos a serem melhorados nos serviços ofertados pela instituição. Entre eles estão a "Disponibilidade dos equipamentos" e "Atualização e variedade da programação", com respectivamente 11,80% e 10,20% das respostas marcadas entre "insatisfeito" e "pouco satisfeito".

A tabela 1 apresenta a média da pontuação (em uma escala de 1 a 5) recebida pelos indicadores da qualidade de serviço a respeito da importância e satisfação, agrupados por dimensão:

Tabela 1 - Importância e Satisfação por Dimensão

Dimensão	Importância	Satisfação
Empatia	4,83	4,15
Garantia	4,46	4,20
Receptividade	4,52	4,50
Confiabilidade	4,66	4,12
Tangibilidade	4,72	4,63

Fonte: Dados da pesquisa (Juiz de Fora/MG, 2016)

Verificar as dimensões determinantes da qualidade do serviço apontadas nesse presente estudo assinalaram a dimensão Empatia, sendo a preferida pelos participantes da pesquisa. Empatia, para o método *SERVQUAL*, pode ser interpretada de modo que a disposição que o funcionário apresenta e manifesta nos cuidados e atenção individualizada prestada a clientela, medindo uma dimensão da qualidade que comporta o *know-how* (conjunto de conhecimentos práticos - compreende o saber fazer e o domínio especializado) dos funcionários de se colocarem na circunstância do usuário do serviço, vivenciando seus sentimentos e necessidades.

4.1 Análises de Gaps e quadrantes

Brito e Vergueiro (2011) apontam os "Gaps por dimensões" quanto a ferramenta útil para representação dos resultados, empregando a seguinte fórmula: [Gap = Satisfação - Importância]

Para calcular as médias, as pontuações (de 1 a 5) de cada questão foram somadas e divididas pelo número total de respondentes tanto para a satisfação quanto para a importância. A Gráfico 1 apresenta os *Gaps* por dimensão:

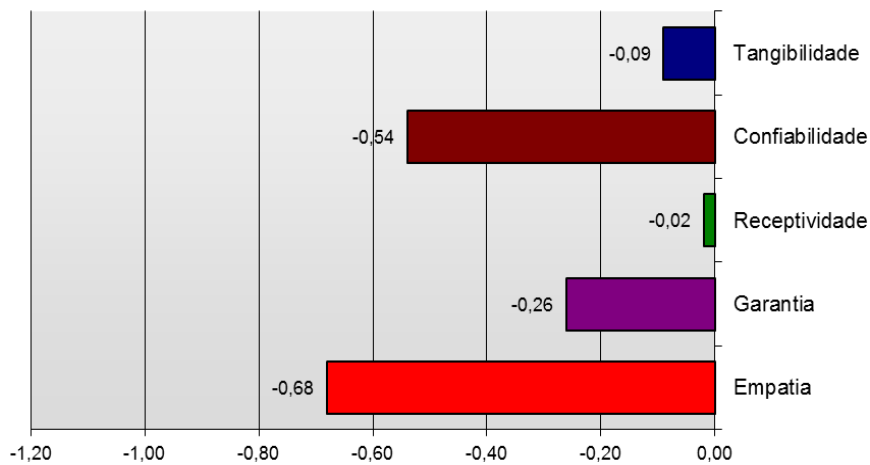


Gráfico 1: *Gaps* por dimensões da qualidade
Fonte: Dados da pesquisa (Juiz de Fora/MG, 2016)

Já Matriz de Análise de Importância X Desempenho assinala outra forma didática de apresentar os resultados dessa abordagem teórica metodológica. Nitecki e Herson (2000) recomendam-na porque propicia uma correlação gráfica que facilita a visualização dos dados, obtendo importante diagnóstico. Nessa pesquisa, a Figura 1 posiciona o serviço prestado no quadrante 1 (manter); isso indica um serviço bem desempenhados pelas instituições conforme apontamentos da Figura 1.

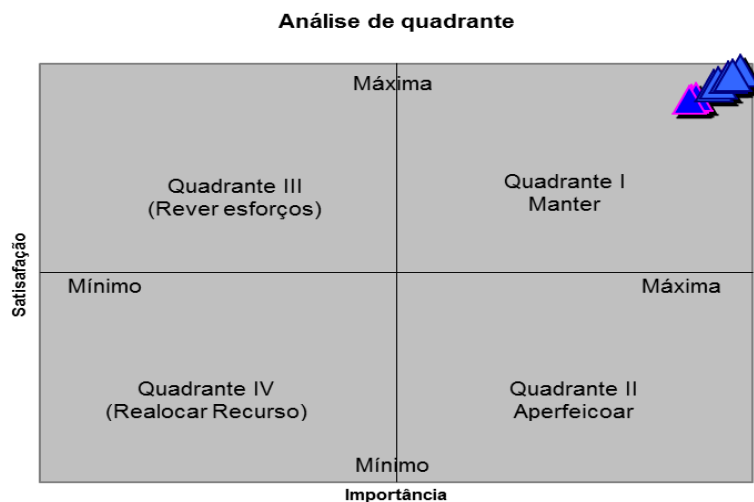


Figura 1: Análise de Quadrantes.
Fonte: Dados da pesquisa (Juiz de Fora/MG, 2016)

5. DISCUSSÃO

Verificar Utilizado para avaliar o grau de satisfação dos clientes da Fundação João Theodósio de Araújo (Associação dos Cegos) pode-se também indicar como ponto positivo o fato que esse método "aproxima" essas organizações de seus clientes. Por isso, a avaliação deve ser constante, tendo como metas a captação de nuances das necessidades dos clientes-usuários, da instituição e dos parceiros, visando a implementar as melhorias percebidas pelo estudo realizado.

Portanto, não basta a intenção de fornecer serviços com excelente qualidade. É necessário que, as instituições estruturarem processos contínuos para monitorar as percepções dos clientes sobre a sua qualidade de serviços. Porém, deve-se ter em conta que o usuário sempre pode mudar a direção, forma e característica de qualquer serviço, dependendo de suas necessidades.

A partir do gráfico 1 pode-se deduzir que o item com o maior *Gap*, maior é a lacuna entre o serviço esperado e o serviço percebido (resultado direto da efetiva prestação do serviço). A comunicação é crucial para a qualidade do serviço, pois influencia não somente a percepção do serviço prestado, similarmente as expectativas quanto ao mesmo.

Nesse cenário vemos que o *Gap* pode ser definido como a diferença entre o serviço desejado e o encontrado, e a dimensão tangibilidade apresenta menor divergência, isso ratifica a percepção essencial do desenvolvimento do serviço, demonstrando a tranquilidade na capacidade da instituição em assegurar um serviço com competência, cortesia, credibilidade e segurança nos que tange suas instalações físicas.

Já a Matriz de Análise de Importância X Desempenho (quadrante) constitui-se uma ferramenta teórico-metodológica, para que a instituição tenha uma visão estratégica sobre quais os atributos deveria melhorar para tornar-se mais competitiva no mercado, deste jeito, podemos dizer que a análise de quadrantes é uma boa forma de se apresentar os resultados do método *SERVQUAL*. Nitecki e Hernon (2000) recomendam-na porque propicia uma correlação gráfica que facilita a visualização dos dados conforme observamos na representação gráfica.

Ao aplicar a análise de quadrante verifica-se informações bastante interessantes sobre o serviço prestado pela associação e, nessa pesquisa ocorreu uma concentração no quadrante 1 (manter) de todos os vinte atributos da qualidade. Isso sugere que os consumidores entrevistados consideram todos os atributos da pesquisa quão importantes e bem desempenhados pela associação pode ser observando na análise de quadrantes (Figura 1).

Por meio dessa pesquisa foi possível constatar que os usuários percebem positivamente a qualidade dos serviços prestados pela Associação dos Cegos de Juiz de Fora. A diferença entre importância e satisfação foi mínima, indicando que a Associação dos Cegos está muito perto de atingir as expectativas de seus clientes. Parte dessa alternativa, extremamente viável segundo dos entrevistados comporta a extensão do horário de funcionamento, para poderem retornar e indicando, *in totum*, que grande melhoria condiz com que é demonstrar interesse e atenção individualizada aos clientes e, uma solução para essa pendência pode incluir treinamento.

Claro está, não obstante, que os profissionais influenciam diretamente na dimensão analisada e, o fato dessa média ser mais baixa alude a questões de um descompasso entre a cortesia e a humanização dos serviços de saúde.

Cabe registrar, ainda que, para conquistar uma melhor qualidade no processo de desenvolvimento e gestão cuidar e sanar cada lacuna são fundamentais; uma vez

diagnosticado os hiatos deve a instituições sair da gestão "ortopédica", das medidas "maquiadas" e das "ações paliativas" e, sincronizar a humanização como meta de uma nova cultura institucional que possa implantar padrões de relacionamento ético entre gestores, técnicos e usuários.

Um dos pontos fracos refere-se aos *Gaps* 5 (figura 2) demonstra a necessidade de se cuidar da confiabilidade, bem como do processo de humanização e acolhimento dos usuários por parte dos colaboradores (Empatia). Berry e Parasuraman (1992) alertam que confiabilidade é o principal fator que os clientes consideram; sendo essa dimensão mais importante para atender as expectativas do serviço diante a visão do consumidor - não percebe a qualidade do serviço.

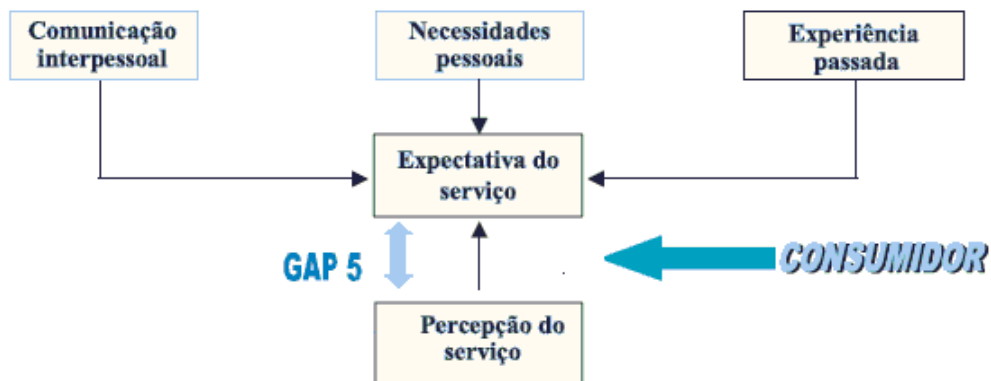


Figura 2: *Gap* entre serviço percebido e o serviço esperado
Fonte: adaptado de Parasuraman, Berry e Zeithaml (1985).

Em consonância com essas observações, há outro aspecto interessante que merece ser abordado: a intervenção judicial em 2015. É preciso pensar que a instituição quando abala a relação de confiança com os cidadãos resulta em um descuido: ao deixar de prestar o serviço, atua com pequenos erros evitáveis ou ausenta-se de cumprir o prometido.

Por conseguinte, a estratégia adotada pelo Ministério Público do Estado de Minas Gerais certamente logrou êxito, pois promove transparência a questão. Ao ver as falhas da associação, a mesma passou a ser administrada pelo Poder Judiciário (para averiguação de possíveis irregularidades/dificuldades de ordem contábil e administrativas) e, tal fato, fez cair o numerário das doações.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo foi realizado tendo como objetivo principal avaliar a qualidade dos serviços prestados Fundação João Theodósio Araújo, conhecida como Associação dos Cegos, que fica na Avenida dos Andradas, Centro de Juiz de Fora – MG. Em meio às vantagens do método em questão, há uma desvantagem: o questionário padrão do *SERVQUAL* é constituído apenas por questões fechadas o que o caracteriza como um método quantitativo.

Entretanto, nesse trabalho, buscamos suprir essa lacuna inserindo uma questão aberta. Nessa direção, ao dar voz a clientela também por essa via, além de agregarmos valor qualitativo ao estudo de usuários, reunimos informações explícitas que propiciam o monitoramento organizacional, hoje, tão significativo para o desenvolvimento das instituições.

Enfim, com o caso estudado, pode-se ressaltar um elenco de preocupações. No entanto, sem se perder de vista os modelos de avaliação da qualidade de serviço, pois estes são instrumentos essenciais de aferição de diagnósticos dos pontos fortes e fracos; e podem exprimir oportunidades de aplicabilidade de Boas Práticas (*best practices*) e inovação. Quando corretamente implementados e empregados, identificam causas e encontram soluções criativas no processo de tomada de decisão.

O tema não foi esgotado, e outras reflexões podem ser propostas e; que de fato eleja a educação (formal, não formal ou informal) como prioritária, ocorre, *ipso facto*, no plano das afecções da cultura da paz. Sugerimos explorar mais a parte qualitativa da abordagem teórico-metodológica *SERVQUAL* promovendo um diagnóstico minucioso da ambiência e também a utilização de outros métodos como o *SERVPERF* (o qual apresenta um questionário mais reduzido baseado somente na percepção de desempenho dos serviços).

É importante salientar também que, possíveis desdobramentos podem fundamentar uma continuidade nessa linha de pesquisa; em contrapartida, os interessados em replicar este tipo de pesquisa devem-se atentar que a avaliação não é um fim em si. Sendo assim, a comprovação de eficácia da abordagem teórico-metodológica ainda carece de acompanhamento mais escancarado das dificuldades e implicações alcançadas neste caso, bem como de sua replicação em organizações de natureza diversa, também vivenciando situações de transformação (ou seja, período de crise e reestruturação das relações econômicas, sociais e políticas).

Por fim, relevante é contribuição deste artigo para desprender algumas lacunas, fornecendo um sucinto panorama da associação; logo, recomendam-se que vindouras investigações apontem questões específicas e reúna dados sobre: o desempenho, posicionamento político, gestão estratégica, internacionalização, profissionalização, sustentabilidade financeira; grosso modo, assinale as melhorias *inward* e *outward* incipientemente reportadas nesse estudo.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO DOS CEGOS JUIZ DE FORA. **Fundação João Theodósio Araújo**. História. 2014. Disponível em: <www.acegosjf.com.br>. Acesso em: 17 out. 2016.
- BERRY, Leonard L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing: competindo através da qualidade**. São Paulo: Maltese: Norma, c1992. 238 p.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BRASIL. Ministério da Saúde (BR). **Assistência Segura: uma reflexão teórica aplicada à prática**. Brasília: DF; 2013. Disponível em: <http://www20.anvisa.gov.br/segurancadopaciente/images/documentos/livro/Livro1-Assistencia_Segura.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2015.
- COSTA FILHO, Costa. **Estudo comparativo da qualidade de serviços de instituições de ensino superior de paranavaí**. 2012. 102 p. Dissertação (Mestrado). Pedro Leopoldo, 2012.
- CROSSNO, J. E. *et al.* Assessment of customer service in Academic Health Care Libraries (ACSAHL): an instrument for measuring customer service. **Bulletin of the Medical Library Association**, v. 89, n. 2, pp. 170-176, Abr. 2001. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC31724/>>. Acesso em: 17 jan. 2016.

DEMING, W. Edwards. **O Caminho do sucesso II**. São Paulo: Encyclopaedia Britannica do Brasil, c1994. 1 videocassete (26 min): son., color. - (Videopédia Empresarial)

ISHIKAWA, Kaoru. **Controle de qualidade total**: maneira japonesa. Rio de Janeiro: Campus, c1997. 221p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2013. xxvi, 765 p.

JURAN, J. M. **A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços**. 2. ed. - São Paulo: Pioneira, 1994.

MELLO, Carlos Henrique Pereira *et al.* **Gestão do processo de desenvolvimento de serviços**. São Paulo: Atlas, 2010. VIII, 194 p. ISBN 9788522459568

NITECKI, D. A.; HERNON, P. Measuring service quality at Yale's University's libraries. **The Journal of Academic Librarianship**, Ann Arbor, v. 26, n. 4, p. 259-273, Jul. 2000.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 49, n. 4, p. 41-50, Fall 1985.

PASCARETTA JÚNIOR, Vicente. **A cegueira na humanidade**: do mecanismo da visão à catarata. Recife: Linceu, 2008.

Empreendedorismo em nutrição: estudo observacional do perfil do nutricionista atuante no mercado empreendedor

Entrepreneurship in nutrition: an observational study of the profile of the nutritionist working in the entrepreneurial market

Camila Rolão Lumertz, Janaína Guimarães Venzke

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS
Departamento de Nutrição – Curso de Nutrição
janaina.venzke@ufrgs.br, calumertz@hotmail.com

Resumo. O crescimento do número de nutricionistas no Brasil levou a uma nova configuração do mercado de trabalho onde se percebe a tendência das profissões em buscar uma atuação liberal. O presente estudo objetiva a realização de uma análise descritiva do perfil de nutricionistas empresários, com a finalidade de fomentar as instituições de ensino com elementos para abordar o empreendedorismo na formação profissional universitária. A amostra foi realizada por conveniência e a população alvo foram nutricionistas nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal com empresa própria no ramo da nutrição. Foi identificado um perfil de nutricionistas empresários em sua maioria mulheres, com idades entre 20 e 40 anos. A maioria atua na área de alimentação coletiva e em geral, estão muito satisfeitos com seus negócios e buscam atualizações e formações complementares nas áreas de liderança, gestão e finanças, de maneira a obter respaldo teórico e prático voltados ao seu ambiente.

Palavras-chave: mercado de trabalho, organizações, nutricionistas.

Abstract. *The growth of the number of nutritionists in Brazil has led to a new configuration of the job market where can perceive the tendency of the professions to seek a liberal job. The present study aims to conduct an observational analysis of the profile of entrepreneurial nutritionists, with the purpose of promoting educational institutions with elements to approach entrepreneurship in university. The sample was made for convenience and the population was nutritionists in the states of Rio Grande do Sul, São Paulo and the Federal District. A profile of entrepreneurial was identified, mostly women, aged between 20 and 40 years. Most of them work in the collective feeding area and are generally very satisfied with their business and seek updates and complementary training in the areas of leadership, management and finances, in order to obtain theoretical and practical support for their environment.*

Key words: *job market, organizations, nutritionists.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento
Vol. 6 no 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>
E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

1. Introdução

A origem do termo empreendedorismo vem da palavra francesa *entrepreneur* que, segundo o dicionário escolar Francês/Português-Português/Francês, significa "empreendedor; empreiteiro; empresário". Na mesma referência são mencionados os verbos *entreprendre*, o qual assume as denotações de "empreender; tomar de empreitada [...]", e *enterprise* como "empresa; empreendimento, empreitada; estabelecimento" (CORRÊA, 1958).

Os estudos sobre o empreendedorismo começaram com foco no campo da economia e o seu principal teórico clássico é o economista Joseph Schumpeter, o qual enfatiza a relação deste tema com a questão da inovação ligado com a noção de "destruição criativa", isto é, na introdução de inovações ou de novas combinações de algo que já existe e, obviamente, sua importância para o desenvolvimento econômico (LEITE; MELO, 2008; FILION, 1999).

O psicólogo David McClelland foi o responsável pelo crescimento do foco mais comportamental, ao voltar-se para características do empreendedor, abrangendo sua subjetividade, comportamento e atitudes. Assim, o significado de empreendedorismo repousa não somente na contribuição econômica, mas antes, nos atributos psicológicos presentes em si (LEITE; MELO, 2008).

Há também uma abordagem sociológica que leva em consideração o contexto em que os indivíduos estão inseridos e considera que as experiências vividas influenciam as escolhas por empreender (GUIMARÃES, 2002).

No entanto, Gartner (2001) conclui que os estudos em torno do empreendedorismo não levam a uma teoria abrangente do campo, porque não há teoria de empreendedorismo que possa dar conta da diversidade e complexidade deste fenômeno.

De acordo com Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma em 1990, com a abertura da economia. Antes da década de 90, praticamente não se falava em empreendedorismo e criação de novas empresas porque, segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (SEBRAE, 2013) os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor dificilmente encontrava respaldo para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Segundo Roese, Binotto e Bullau (2005), a busca de apoio técnico e gerencial é um dos fatores de sucesso para o empreendimento e para tanto, hoje há vários órgãos de fomento como o Sebrae, que prestam auxílio a esses empreendedores há alguns anos.

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016) a taxa total de empreendedorismo no Brasil em 2015 atingiu seu maior índice de todos os tempos. Em quatorze anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 20,9%, em 2002, para 39,3%, em 2015, com quase 50 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal. Segundo informações da pesquisa mencionada, o ambiente de negócios no Brasil melhorou muito na última década e hoje o empreendedorismo é uma opção real de ocupação e renda para milhões de pessoas.

No mercado brasileiro há um nutricionista para cada 1.750 habitantes no Brasil, no ano de 2016, segundo dados do Conselho Federal de Nutricionistas (2016), divididos nas diversas áreas de atuação, como Unidade de Alimentação e Nutrição, Nutrição Clínica, Saúde Coletiva, Docência, Indústria de Alimentos, Nutrição no Esporte e Marketing de Alimentos e Nutrição (CFN, 2016) ---.

Pode-se observar que este profissional sempre se concentrou de maneira significativa na área clínica. Todavia, com o passar dos anos, houve uma nova configuração do mercado de trabalho do nutricionista, se convertendo de profissional liberal, focado na área da saúde, em profissional organizacional, necessitando de conhecimentos específicos da área de gestão, devendo possuir uma série de competências tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista gerencial (NOBREGA *et al.*, 2012).

Segundo Vasconcelos e Calado (2011) houve um aumento substancial no número de cursos de nutrição e uma ampliação quantitativa de nutricionistas no mercado de trabalho, com crescente processo de divisão e especialização do trabalho.

Logo, seja qual for o âmbito de sua atuação, o nutricionista deve contribuir para os avanços e para o reconhecimento das múltiplas possibilidades profissionais (NEGRI; RAMOS; HAGEN, 2011), inclusive através da atuação liberal.

Diante disto, observa-se uma tendência competitiva e especializada nas profissões da área da saúde. Na enfermagem, por exemplo, estudos de âmbito internacional evidenciaram que vários enfermeiros buscaram novas alternativas de trabalho para se libertarem da burocracia e limites impostos pelas instituições tradicionais de cuidado em saúde (BACKES; ERDMANN; BUSCHER, 2010).

Contudo, atualmente, a estrutura tradicional de ensino que prevalece no Brasil enfatiza o direcionamento dos alunos para obtenção de empregos no setor público ou privado e em sua maioria negligencia o empreendedorismo como alternativa de carreira, geralmente associando essa iniciativa a atividades de alto risco (GEM, 2016).

Portanto, diante do crescimento do número de nutricionistas no Brasil, da nova configuração do mercado de trabalho, da tendência das profissões em buscar a atuação liberal, aliado a pouca pesquisa científica na área de empreendedorismo com a profissão do nutricionista e escassos projetos nas instituições de ensino a respeito desse assunto, o presente estudo objetiva a realização de uma análise descritiva do perfil de nutricionistas empresários, com a finalidade de fomentar as instituições de ensino com elementos para abordar o empreendedorismo na formação profissional universitária.

2. Referencial Teórico

Ensino do empreendedorismo

Em 1975, nos EUA, 50 instituições universitárias ministravam aulas de empreendedorismo, sendo que em 1998 já eram mais de mil. Hoje, o ensino de empreendedorismo no primeiro grau tornou-se obrigatório em cinco estados americanos (TERRA; DRUMONND, 2003).

No Brasil, a primeira iniciativa de ensino relacionada ao empreendedorismo foi em 1981, em São Paulo, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, com um curso de Especialização em Administração. Em 1984, o conteúdo do referido curso foi estendido para a graduação e ofertado pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP) e no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) (GEM, 2008).

É possível perceber a inexistência de pesquisas que mostrem qual o nível educacional (fundamental ou superior) ou qual a idade ideal, propícia, para se aprender a empreender. O que se tem de concreto, é o fato da educação-aprendizagem e da escola, ajudar no processo de mudança do comportamento e no surgimento de novos atributos (MACHADO; ANEZ; RAMOS, 2005).

Os empreendedores natos continuam existindo e sendo referências de sucesso, no entanto, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras (DORNELAS, 2008). Assim, também, desfaz-se a tese de que empreendedorismo é fruto de herança genética, ou seja, é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras (FILION, 1999). Programas em educação e treinamento apontam para o desenvolvimento de empreendedores, aumentando a chance de sucesso para empreendimentos pequenos e médios. O Sebrae, por exemplo, é uma instituição que em parceria com as secretarias municipais de educação tem implantado uma série de programas e projetos com o objetivo de desenvolver nas crianças e nos jovens brasileiros, a competência empreendedora (CAMPELLI *et al.*, 2011).

Atualmente, concluir um curso superior, público ou privado, não garante emprego. Esta realidade gera preocupação para as Instituições de Ensino Superior (IES), pois desmotiva os jovens a concluírem a graduação. Como as universidades, faculdades e centros universitários podem contornar esse problema? "Formando empreendedores" é a resposta de algumas instituições, que estão deixando de lado a cultura de preparar o aluno para ser empregado e conduzindo para os primeiros passos em outro caminho, o dos empreendedores (MACHADO; ANÊZ; RAMOS, 2005).

De acordo com Dolabela (2000), as nossas universidades têm ainda que superar desafios internos para poder concentrar as suas energias na formação de pessoas com características empreendedoras. O modelo organizacional em que assenta hoje o ensino universitário brasileiro está esgotado. É preciso reinstitucionalizar e reinventar o ensino superior brasileiro, baseado no empreendedorismo (LEITE, 1999). Além disso, promover um programa nacional de educação empreendedora que abarque todos os níveis escolares, em particular nos campos de formação técnica e do nível superior (FILION, 1999).

Uma instituição de ensino empreendedora não é somente aquela que incluiu em seu projeto pedagógico disciplinas ou cursos de empreendedorismo, mas, sobretudo, aquela que adota como instituição, um novo paradigma educacional, tornando-se uma instituição empreendedora (CAMPELLI *et al.*, 2011).

Para que o ensino do empreendedorismo se torne mais eficiente, é preciso adotar metodologias próprias, diferentes das adotadas para o ensino convencional. Nesses termos, é necessária uma abordagem andragógica e fundamentada no "aprender fazendo", que utilize técnicas como oficinas, modelagem, estudos de caso, metáforas e dinâmicas. Por isso, também o professor precisa adequar-se, tornando-se muito mais um incentivador e condutor de atividades do que alguém que dita procedimentos padrões. É necessário que o professor também seja empreendedor (RONCON; MUNHOZ, 2009).

Empreendedorismo no Brasil

De acordo com Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma em 1990, com a abertura da economia, que propiciou a criação de entidades como o Sebrae e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex).

Antes da década de 90, praticamente não se falava em empreendedorismo e criação de novas empresas porque, segundo o Sebrae (2013), os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor dificilmente encontrava respaldo para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Dados revelados a partir da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2014, mostram que a taxa total de empreendedorismo naquele ano atingiu seu maior índice de todos os tempos. Em dez anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 23%, em 2004, para 34,5%, ou seja, 46 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal, atualmente. Segundo informações da pesquisa, o ambiente de negócios no Brasil melhorou

muito na última década e hoje o empreendedorismo é uma opção real de ocupação e renda para milhões de pessoas.

Os resultados da pesquisa GEM (2014) indicam que cerca de 23 milhões de brasileiros estavam envolvidos com a criação ou administração de um negócio em estágio inicial, ou seja, a cada 100 brasileiros, 17 estavam envolvidos com uma atividade empreendedora com menos de três anos e meio. Dados referentes aos proprietários estabelecidos com mais de 42 meses de existência, também demonstram aproximadamente 23 milhões de empreendedores ativos. Aproximadamente, 53% dos empreendedores iniciais têm entre 18 e 34 anos, enquanto nas empresas que estão há mais tempo no mercado apenas 24% pertencem a essa faixa etária.

A perspectiva é de que os pequenos negócios continuem em uma trajetória de crescimento, já que o mercado interno brasileiro ainda oferece muitas oportunidades de negócios, seja para a classe média, em expansão, seja para segmentos específicos (GEM, 2014).

A busca da autonomia individual e a identificação de uma oportunidade de negócios foram os motivos preponderantes encontrados na pesquisa quantitativa de Vale, Corrêa e Reis (2014). Dos empreendedores pesquisados, 74% considerou o desejo de ter o próprio negócio e tornarem-se independentes como motivos muito importantes para empreender. Tal motivo é seguido pela identificação de uma oportunidade, julgada como muito importante por 68% deles. Por outro lado, a necessidade de ampliar a renda foi citada como muito importante por 66% dos entrevistados. A pesquisa também mostrou o impacto do fator desemprego, pois 12% dos indivíduos afirmaram empreender por estarem desempregados.

Empreendedorismo feminino

As empreendedoras têm um estilo próprio de gestão por combinarem características masculinas, como iniciativa, coragem e determinação, com características femininas, como sensibilidade, intuição e cooperação (MACHADO *et al.*, 2003).

Nos estudos brasileiros quanto ao empreendedorismo feminino destaca-se a pesquisa de Machado *et al.* (2003) como pioneira nessa temática. A pesquisa realizada com 90 mulheres empreendedoras no Brasil, França e Canadá ponderou que elementos como possibilidade de conciliação trabalho e família e a busca por satisfação no trabalho, ganham maior relevância quando avaliados pelos empreendedores do gênero feminino do que o masculino. Além disso, a maioria das empreendedoras teve pais e mães empreendedores e a experiência anterior foi o fator antecedente mais relacionado com o ramo de atividade escolhido para o novo negócio.

Em estudo conduzido por Jonathan (2003), complementando os estudos anteriores, refere que os fatores que motivam as mulheres a empreenderem são complexos e variados, destacando-se a busca de autorrealização e estabilidade ou independência financeira. Observou-se que as empreendedoras estudadas iniciaram seus negócios ou a intenção de criá-los ainda jovens, utilizando-se do conhecimento adquirido anteriormente no setor, na área de gestão ou, ainda, da experiência dos familiares. Apesar disso, buscaram ter conhecimento do mercado onde vão atuar. A principal fonte de recursos de tais negócios foram os recursos próprios ou de familiares.

Mesmo sendo afetadas pela restrição de tempo destinado aos filhos e às preocupações da casa, as mulheres acreditam que empreender oferece mais vantagens, como mais liberdade, realização, autonomia e independência financeira, além da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas (SILVEIRA; GOUVÊA; HOELTGEBAUM, 2007).

O exercício do empreendedorismo proporciona intenso prazer e sentimentos de satisfação e bem-estar subjetivo nas empreendedoras, dando pouco espaço a arrependimentos. Elas desejam atualizar o seu potencial pessoal e profissional

utilizando estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais, ao promoverem espaços de transformação de si mesmas e do contexto socioeconômico cultural no qual se inserem. Na condução dos seus empreendimentos, as empreendedoras exercem uma liderança compartilhada, baseada em parcerias internas e externas. Dessa forma, evidencia-se que, ao invés de exercerem o poder sobre os outros, as empreendedoras exercem o poder com os outros (JONATHAN *et al.*, 2005).

3. Metodologia

A amostra foi realizada por conveniência e a população alvo formada por nutricionistas que trabalharam como pessoa jurídica, ou seja, com empresa própria no ramo da nutrição. Dos 42 nutricionistas convidados, 23 aceitaram participar da pesquisa e encaminharam os questionários preenchidos eletronicamente.

A validação do instrumento foi realizada através de pré-teste, com duas nutricionistas consultoras. As perguntas objetivas abordaram faixa etária, estado civil, tempo de formação entre outros, enquanto as perguntas descritivas abordaram o ponto de vista dos participantes quanto à necessidade de uma melhor preparação da área empreendedora entre outras informações.

Os dados foram coletados de março a maio de 2015 por meio de preenchimento do Instrumento de Coleta de Dados construído para tal fim, encaminhado por email, o qual foi autopreenchido pelos entrevistados, mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Projeto aprovado na Comissão de Pesquisa da FAMED/UFRGS). Após o preenchimento, o instrumento foi reenviado para os pesquisadores, também via email.

Para fornecer o panorama descritivo, os dados obtidos foram transcritos para tabelas no programa Microsoft Excel, visando facilitar a leitura quantitativa, através das frequências absolutas, e também o agrupamento das descrições, com o intuito de relacionar as respostas dos entrevistados.

4. Resultados e Discussão

Dos 42 questionários enviados, 23 foram respondidos. Destes, quatro questionários foram excluídos da amostra, devido ao fato dos nutricionistas não trabalharem como pessoa jurídica, um dos critérios de inclusão da pesquisa.

Caracterização do nutricionista empresário

Quanto ao perfil dos profissionais entrevistados, observa-se na Tabela 1 que a maioria dos participantes da pesquisa (73,6%) encontra-se na faixa etária entre 20 e 40 anos e o gênero predominante pertence ao sexo feminino representando 94,7% da amostra. Esses dados foram semelhantes aos resultados encontrados na última pesquisa do Conselho Federal de Nutricionistas (2005) em relação ao perfil do nutricionista, o qual 79,4% apresentava uma faixa etária entre 20 e 40 anos e 96,5% sendo do sexo feminino.

Dados da pesquisa GEM (2016) mostram que atualmente o empreendedor brasileiro está mais jovem. No Brasil, 53% dos empreendedores com até três anos e meio de atividade têm entre 18 e 34 anos, enquanto nas empresas que estão há mais tempo no mercado apenas 24% são dessa faixa etária.

Barbosa *et al.* (2011) relatam em seu estudo, que as empresas iniciadas por mulheres têm alcançado sobrevivência maior do que a média de vida dos novos empreendimentos, enquanto Teixeira *et al.* (2011) destacam alto número de mulheres na população economicamente ativa aliado ao surgimento de uma preocupação significativa com o enfoque do empreendedorismo feminino. Em complemento, estudo conduzido por Jonathan (2003) refere que, o exercício do empreendedorismo por mulheres, proporciona intenso prazer, além de sentimentos de satisfação, e que estas mulheres acabam por utilizar estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais.

Tem se destacado o alto número de mulheres que participam da população economicamente ativa, ao lado de uma crescente expansão do número de pequenas e médias empresas em nível mundial. Por consequência disto, surge uma preocupação significativa com o enfoque do empreendedorismo feminino (TEIXEIRA *et al.*, 2011).

Na Tabela 1 também podemos observar que a maioria dos entrevistados (63%) se encontram com tempo de formação entre 6 e 20 anos e que a grande maioria dos nutricionistas empresários da amostra é proveniente de universidades particulares (78,9%).

Tabela 1- Perfil das 19 nutricionistas empresárias, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015

Idade (anos)	n (%)	Tempo de formação (anos)	n (%)
20-30	06 (31,5)	01-05	03 (15,7)
31-40	08 (42,1)	06-10	06 (31,5)
41-50	01 (5,2)	11-20	06 (31,5)
>51	04 (21,2)	>21	04 (21,3)
Sexo	n (%)	Universidade	n (%)
Feminino	18 (94,7)	Particular	15 (78,9)
Masculino	01 (5,3)	Pública	04 (21,1)
Estado civil	n (%)	Experiências prévias em outros trabalhos	n (%)
Solteiro	05 (26,5)	Sim	15 (78,9)
Casado	11 (57,8)	Não	04 (21,1)
União Estável	03 (15,7)		
Companheiro trabalha na mesma empresa	n (%)	Obtiveram inspiração nessas experiências prévias	n (%)
Sim	06 (31,5)	Sim	08 (53,4)
Não	05 (26,3)	Não	07 (46,6)
Filhos	n (%)	Outros vínculos empregatícios atualmente	n (%)
Sim	10 (52,6)	Sim	06 (31,5)
Não	09 (47,4)	Não	13 (68,5)

Fonte: Dados da pesquisa

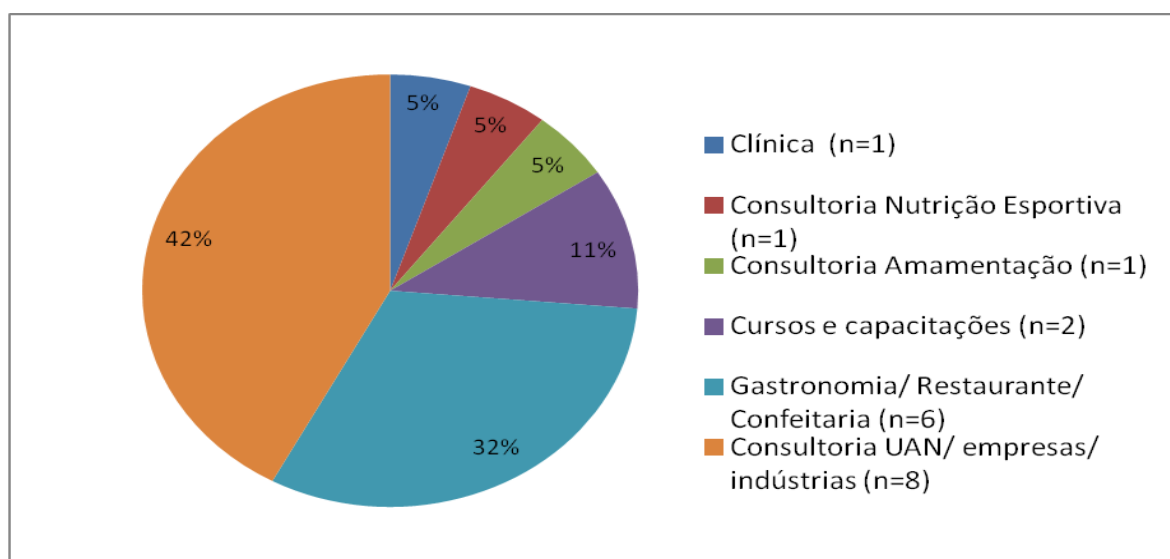
A grande maioria, segunda a Tabela 1, teve experiência em outros empregos antes de abrir a própria empresa (78,9%) e entre os que tiveram experiência, mais da metade desses nutricionistas (53,4%) responderam que obtiveram algum tipo de inspiração nestes locais antes da abertura do seu próprio negócio. Além disso, cerca de 70% se dedicam exclusivamente a sua empresa sem ter outro vínculo empregatício e aproximadamente 80% dos entrevistados não voltariam a um emprego de carteira assinada, o qual oferecesse maior estabilidade financeira.

Áreas de atuação do nutricionista

No que diz respeito às diversas áreas de atuação do nutricionista, a Figura 1 apresenta os resultados dos 19 participantes agrupadas em 6 áreas.

Pode-se observar (Figura1) que a área em que mais apresentou nutricionistas atuando foi na área de consultoria em Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN), empresas e indústrias no ramo da alimentação (42%). Na sequência, 32% dos nutricionistas atuam na área de gastronomia, representado por três empresas que preparam refeições saudáveis para distribuição, *in natura* e congelados, através de tele-entrega, além de dois restaurantes comerciais e uma confeitaria. Empresas que atuam em cursos e capacitações representam 11% da amostra, incluindo uma empresa que presta capacitações e atualizações em nutrição em geral e outra que presta cursos de gastronomia funcional. Consultoria em Nutrição Esportiva, Consultoria em Amamentação e Clínica representou cada uma 5% dos resultados da amostra, com uma empresa em cada uma dessas áreas.

Figura 1. Áreas de atuação dos nutricionistas empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa

Comparando-se as principais áreas de atuação, observa-se que o campo em que mais concentrou iniciativas empreendedoras foi a área de alimentação coletiva, representando 74% do total, somando-se as subáreas de consultoria em UAN, indústrias e empresa e de gastronomia (preparação de alimentações saudáveis, restaurantes e confeitaria).

Para Vasconcelos e Calado (2011) pode haver uma necessidade de modificações no mercado de trabalho e nas áreas de atuação profissional do nutricionista. Isto já pode ser observado uma vez que a inserção do nutricionista está aumentando em algumas

áreas recentes enquanto que em outras ainda se está iniciando um processo de apropriação do seu campo de atuação.

Gomes (2005) afirma que na criação de pequenas empresas, os novos empreendimentos podem trazer, por vezes, a descoberta de um novo produto ou serviço, novos mecanismos de comercialização, distribuição, ações para aproximar consumidor dos produtos, ou ainda que como repetição, a tentativa de repetir algo já conhecido em um ambiente empresarial novo, na busca de inserir e explorar uma oportunidade pela ausência de um produto ou serviço, ou pela disposição desses produtos ou serviços de outra forma em uma dada coletividade, como se pode verificar nesses resultados.

Esse movimento se faz interessante nos dias atuais, uma vez que, para Roncon e Munhoz (2009) há uma necessidade de redesenhar a carreira, abrir um negócio próprio, ou mesmo, continuar como assalariado, mas agir e pensar como um empreendedor, ou seja, definir metas, ser obstinado e propor idéias inovadoras, diante da instabilidade do mercado de trabalho. Além disso, há uma perspectiva segundo GEM (2016) que o mercado interno brasileiro ainda ofereça muitas oportunidades de negócios, seja para a classe média, em expansão, seja para segmentos específicos.

Caracterização geral dos empreendimentos

Entre as empresas entrevistadas por este estudo, a maioria (68,4%) está estabelecida a mais de 3 anos e meio no mercado e a maioria (68,4%) das empresas tem sócios. Quando avaliado os aspectos financeiros para desenvolver inicialmente o negócio, aproximadamente 58% precisaram de algum tipo de auxílio financeiro. Destes a maioria (63,1%) já teve um retorno financeiro total do investimento inicial (Tabela 2).

Além da relevância desses assuntos, pode-se observar na Tabela 2, que entre os profissionais entrevistados, a maioria (94,7%) ocupa parte do tempo em atividades como administração e gestão, além do trabalho técnico especificamente. Isto se deve ao fato do atendimento das questões burocráticas que estão ligadas ao gerenciamento de um negócio, além das questões administrativas e empreendedoras. Geralmente os profissionais percebem que precisam de algum conhecimento em administração justamente quando sentem a sua falta, seja quando as contas não fecham no final do mês ou quando seus clientes não os procuram mais (ZUGMAN, 2011).

A grande maioria dos participantes (94,7%) apresenta o desejo de aumentar o número de clientes. Visto que existe essa demanda natural pela busca de clientes aliado a competitividade do mercado, deve-se repensar a disponibilidade de uma disciplina especificamente de Marketing como parte da grade curricular nas Instituições de Ensino que ainda não a possuem, uma vez que prepare melhor o aluno para o cotidiano e realidade profissional e que outras áreas comerciais possam ainda ser exploradas.

Para finalizar, mais de 90% estão satisfeitos ou muito satisfeitos com suas empresas, 31,5% estão satisfeitos e apenas 10% estão parcialmente satisfeitos. Esses resultados demonstram que a iniciativa de empreender é um caminho real, com possibilidades de satisfação pessoal e profissional.

Tabela 2 - Caracterização geral dos 19 empreendimentos, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015

Tempo da empresa no mercado	n (%)	Administração do tempo no empreendimento	n (%)
<3 anos e meio	06 (31,5)	50% técnico e 50% administrativo	04 (21,2)
>3 anos e meio	13 (68,5)	70% administrativo e 30% técnico	06 (31,5)
Sócios	n (%)	70% técnico e 30% administrativo	08 (42,1)
Sim	13 (68,5)	100% técnico	01 (5,2)
Não	06 (31,5)		
Auxílio financeiro	n (%)	Aspiração em aumentar nº clientes	n (%)
Sim	11 (57,8)	Sim	18 (94,7)
Não	08 (42,2)	Não	01 (5,3)
Retorno financeiro	n (%)	Grau de satisfação com o empreendimento	n (%)
Total do investimento inicial	12 (63,1)	Muito satisfeito	11 (57,8)
Parcial do investimento inicial	03 (15,7)	Satisfeito	06 (31,7)
Sem retorno investimento inicial	04 (21,2)	Parcialmente satisfeito	02 (10,5)
		Insatisfeito	0

Fonte: Dados da pesquisa

As empresas, de um modo geral, têm uma importância vital para a estabilidade da economia. No Brasil, como em outros países de economias em desenvolvimento e desenvolvidas, um segmento importante desse conjunto de empresas é o que corresponde às pequenas empresas (MATOS; VASCONCELOS, 2013).

Tanto em empresas familiares como em empresas ainda individuais ou de poucos sócios, deve-se ressaltar que uma das características essenciais das micro e pequenas empresas é o empreendedorismo (GOMES, 2005).

Contudo, apesar da importância dos empreendimentos para a economia, é necessário que o empreendedor busque identificar as reais possibilidades do negócio idealizado antes de abri-lo, e, somente após concluir essa análise, tornar-se um empresário a partir da criação de um micro, pequena e média empresa (ARRIBAS *et al.*, 2011).

Contato com o tema empreendedorismo

A Tabela 3 apresenta a avaliação pelos nutricionistas sobre o contato que tiveram com o tema empreendedorismo durante sua formação ou pós-formação, com o objetivo de avaliar como o tema está sendo apresentado ao profissional.

Tabela 3 – Avaliação do contato dos nutricionistas em relação ao tema empreendedorismo, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015.

Contato empreendedorismo	Não teve	Teve contato	Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Insatisfatório
Disciplinas da graduação	14	5	0	2	1	0	2
Estágios na graduação	18	1	0	0	0	0	1
Empresa Júnior	19	0	0	0	0	0	0
Palestras e Congressos	14	5	0	2	1	0	2
Especializações	13	6	1	2	2	1	0
Ambiente de Trabalho	13	6	2	3	1	0	0

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que nas áreas de contato apresentada, aproximadamente 70% dos participantes não tiveram contato com o tema (Tabela 3). Esses dados são de suma importância para se refletir o quanto esses nutricionistas tiveram a oportunidade de se preparar para atuar no mercado de trabalho, e o quão bom são esses contatos que eles puderam experienciar. É necessário lembrar que somente conhecimento técnico não garante o êxito nos negócios e um bom andamento da empresa. Qualquer prática profissional exige administração, pois dominar o processo técnico é seu bilhete de entrada ao mercado de trabalho, mas não a garantia de sucesso (ZUGMAN, 2011). Neste aspecto, tanto a administração como a gestão e o empreendedorismo andam juntos e preparam o empreendedor para uma boa atuação no mercado de trabalho.

Os locais onde os nutricionistas mais tiveram contato com o tema, em ordem crescente, segundo a Tabela 3, foram na graduação, em palestras e congressos, nos cursos de especialização e no trabalho. Contudo as duas opções que obtiveram uma excelente avaliação segundo os participantes da pesquisa foram, além do contato no trabalho, os cursos de especialização. Em complemento, os contatos classificados como "muito bom" foram na graduação, com as cadeiras de Marketing e Nutrição, Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN) e as palestras e congressos. Ressaltando que, segundo a pesquisa, foi mais comum encontrar uma excelente avaliação fora do que dentro da graduação, seja por disciplinas, estágios curriculares ou Empresa Júnior.

Outro dado relevante desta pesquisa é que a maioria (74%) tem o interesse de realizar mais cursos para seus empreendimentos. Entre os citados observam-se, em ordem crescente de interesse, os seguintes resultados: liderança e equipe, marketing, finanças, franquias, gestão de negócios e captação de clientes.

Nobrega *et al.* (2012) referem que há uma nova configuração no trabalho do nutricionista, exercendo papéis não só focado na área da saúde, como profissional liberal, mas também em profissional organizacional, necessitando de conhecimentos específicos da área de gestão, devendo possuir uma série de competências tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista gerencial.

Diante do resultado da avaliação do contato com o empreendedorismo no meio universitário, da procura realizada fora deste e ainda, diante do interesse dos profissionais para realização de mais cursos nessas áreas, observa-se a importância de fomentar essa formação empreendedora nas Instituições de Ensino Superior nos cursos de graduação e pós-graduação.

Além disso, o Brasil, atualmente, atingiu sua maior taxa total de empreendedorismo, ou seja, aproximadamente 50 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal (GEM, 2016).

Visto cada vez mais pessoas se interessarem em inserir o empreendedorismo em suas carreiras, mais necessário se torna preparar esse público com subsídios em educação empreendedora, uma vez que, segundo Chiavenato (2008), nos novos negócios, existe um alto risco de mortalidade prematura, inclusive algumas das possíveis causas de mortalidade das empresas estão principalmente relacionada com a inexperiência, a falta de preparo, de informação, de planejamento e de conhecimento específico sobre o negócio por parte do empreendedor.

Em complemento, Dornelas (2008) refere que apesar de os empreendedores inatos continuarem existindo e sendo referências de sucesso, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. Para Zampler e Takahashi (2011) o empreendedorismo pode ser influenciado pelo treinamento e educação, e ainda complementa que a vivência profissional no ambiente de negócios acaba desenvolvendo a capacidade de visão e de seguir oportunidades.

Ensino do empreendedorismo

Todos os nutricionistas entrevistados afirmaram considerar importante que as faculdades ofereçam uma melhor preparação em relação à gestão, administração e empreendedorismo. Algumas das justificativas recebidas no questionário estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Resposta dos nutricionistas entrevistados em relação à pergunta:

“Considera importante que as faculdades ofereçam uma melhor preparação em relação à gestão, administração de empresa e empreendedorismo a seus alunos? ”

1-“Sim, por que não é visto na faculdade o empreendedorismo, somente o conhecimento para atuação no mercado. Tive aula de administração, mas foi muito superficial. Não é valorizado pela faculdade”.

2-“Sim, independente da área a ser seguida, o empreendedorismo é fundamental para o crescimento profissional”.

3-“Sim, durante a graduação as informações sobre empreendedorismo são poucas. A montagem de um negócio exige conhecimento na área de gestão financeira também e seria importante que a faculdade abordasse esses assuntos”.

4-“Sim, pois as faculdades preparam o aluno para a área técnica, mas esquecem de prepará-los para serem gestores de seus negócios, sejam eles clínicas, empresas, hospitais, restaurantes, prefeituras, etc. Em todo o mercado sempre há necessidade de se fazer gestão, e em muitos casos somos contratados para isso, pois a parte técnica acaba sendo realizada por profissionais de escolaridade inferior, como técnico e assistente”.

5-“Sim, a formação do nutricionista é muito técnica e não habilita os profissionais a trabalharem no mundo corporativo”.

6-“Sim, com certeza esta é uma tendência forte para os cursos de graduação. Alunos empreendedores é um sonho para qualquer curso, isso somente acontece se existem professores, com este perfil”.

Fonte: respostas dos entrevistados.

Segundo a pesquisa realizada pelo Conselho Federal de Nutricionistas (CFN, 2009), 47,4% dos nutricionistas brasileiros tinham cursado ou estavam realizando cursos de especialização, 9,4% tinham ou estavam cursando mestrado e apenas 2,4% tinham ou estavam cursando doutorado. Esses dados, embora possam ter mudado nos dias atuais, ainda assim, apontam para a necessidade de investimentos no processo de formação continuada do nutricionista, no que se refere à ampliação das possibilidades de realização de cursos de pós-graduação estrito senso (mestrado e doutorado).

Diante disto, uma das opções de pós-graduação poderia ser específica no preparo do nutricionista empreendedor para respaldar a criação do seu negócio em vários aspectos, como financeiro, gestão, marketing, captação de clientes.

Segundo Zugman (2011) muitos cursos voltados para a área de gestão e empreendedorismo são feitos por e para administradores, mesmo os cursos voltados para profissionais de outras áreas acabam sendo uma releitura das teorias de administração, com alguns exemplos mais variados. Ainda afirma que esses cursos podem até funcionar, mas na maior parte das vezes, os profissionais acabam recebendo conhecimentos genéricos, difíceis de serem colocados em suas práticas específicas e por isso nota-se a importância de criar-se uma educação específica à área da saúde ou nutrição especificamente.

A universidade pode atuar no desenvolvimento da postura empreendedora numa fase em que, segundo Guimarães (2002), os componentes substantivos do projeto pedagógico e programa das disciplinas devem privilegiar a reunião de informações sobre o processo, desenvolvimento de atitudes e valores, adequação entre características pessoais e empreendedoras, e análise de oportunidades e de viabilidade de negócios. Deve-se partir do pressuposto que educação empreendedora deve se centrar no desenvolvimento de habilidades que facilitem a tomada de decisões, as quais englobariam capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas.

Porém, atualmente a estrutura tradicional de ensino que prevalece no Brasil, enfatiza o direcionamento dos alunos para obtenção de empregos no setor público ou privado, e em sua maioria negligencia o empreendedorismo como alternativa de carreira, geralmente associando essa iniciativa a atividade de alto risco (IBQP, 2014).

De acordo com Dolabela (2000), as nossas universidades têm ainda que superar desafios internos para poder concentrar as suas energias na formação de pessoas com características empreendedoras.

Vale destacar que reformas curriculares são campos de conflitos de interesses e tensões, onde muitas vezes as práticas educativas assumem papel conservador, de manutenção do já instituído, uma vez que as propostas de mudança podem produzir perplexidade, ansiedade e gerar paralisia, ao invés da desejada transformação (COSTA, 2011).

A questão da educação tem sido de interesse de diversos pesquisadores, além disto, atualmente, fazer um curso superior, público ou privado, não é mais garantia de emprego no mercado de trabalho. Esta realidade desmotiva os jovens a concluírem a graduação. Para contornar essa situação algumas instituições estão dando os primeiros passos em outro caminho, o dos empreendedores ao invés de preparar o aluno para ser empregado (MACHADO *et al.*, 2005).

5. Considerações finais

O estudo possibilitou uma visão do perfil dos nutricionistas empresários e de seus empreendimentos em suas diferentes atuações, o que contribuiu para aumentar a percepção da importância de se trabalhar à construção de competências

empreendedoras, dentro das Instituições de Ensino, contribuindo no desenvolvimento de elementos como criticidade, inovação, visão e principalmente o "saber fazer", ao longo do processo educacional. Tal desenvolvimento, em longo prazo, tende a produzir, indiretamente, benefícios econômicos, por influenciar o aumento da criação de novas empresas, a diminuição dos fracassos nos negócios existentes e a diminuição da quantidade de pessoas qualificadas a nível superior sem emprego.

Observa-se que a nutrição ainda é uma formação em expansão com lacunas a ocupar, seja no âmbito da saúde ou em outros espaços mais comerciais. Há uma perspectiva de que mais pessoas optem pela vertente do empreender em suas áreas de escolha, com uma atuação competitiva e especializada, abrindo o seu próprio negócio.

Neste contexto, o caminho do empreendedorismo poderia facilitar a exploração de novas áreas em ascensão. Desta forma, seria interessante a realização de estudos no intuito de analisar a grade curricular de cursos de graduação em Nutrição, de maneira a se traçar um panorama da existência de projetos pedagógicos voltados à cultura empreendedora. Além deste, também é pertinente a realização de estudos que avaliem as possíveis diferenças na formação empreendedora entre instituições privadas e públicas que confirmem ou não, os resultados desta pesquisa no quesito formação.

Referências

ARRIBAS, C. M.; BACKES, D.S; SOUZA JUNIOR, J.G.C; PIVA M.G. **As multifaces do empreendedorismo na enfermagem brasileira**. Santa Maria (RS): Centro Universitário Franciscano, 2011.

BACKES, D. S.; ERDMANN, A. L.; BÜSCHER, A. O cuidado de enfermagem como prática empreendedora: oportunidades e possibilidades. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 23, n. 3, p. 341-7, 2010.

BARBOSA, F. C. *et al.* Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011.

CAMPELLI, M. G. R. *et al.* Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 29, p. 133-151, 2011.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. **Inserção profissional dos nutricionistas no Brasil**. Brasília: CFN, 2009.

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. **Quadro estatístico do 4º trimestre/2016 (1º/10/2016 a 31/12/2016)**, 2016.

CORRÊA, R. A. **Dicionário escolar Francês – Português / Português – Francês**. 5. ed. Rio de Janeiro: FENAME – Ministério da Educação e Cultura, 1958.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197, mar/abr., 2011.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP - Revista da Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr/jun, 1999.

GARTNER, W. B. Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 25, n. 4, p. 27-39, 2001.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2008**. Curitiba: IBQP, 2008.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2014**. Curitiba: IBQP, 2014.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2016.

GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 4, n. 2, jul/dez, 2005.

GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**: Contribuições das Universidades Saint Louis, Indiana e Babson College. 2002. Tese (Doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2002.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, Brasília, **Anais...** Brasília: UEM, UEL, UNB, 2003.

JONATHAN, E. G. *et al.* Mulheres empreendedoras no Brasil: motivações e consequências. [Resumo] Em União Latino-americana de Entidades de Psicologia (org.). In: **I Congresso Latino-americano de Psicologia-ULAPSI** (União Latino-americana de Entidades de Psicologia). São Paulo, 2005.

LEITE, E. F. Formação de empreendedores e o papel das incubadoras. Universidade Católica de Pernambuco. In: Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis, **Anais...** UFSC, 1999.

LEITE, E. S.; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do "empreendedor". **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, nov. 2008.

MACHADO, H. V. *et al.* O processo de criação de empresas por Mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, jul/dez, 2003.

MACHADO, M. R. L.; ANÊZ, M. E. M., RAMOS, R. E. B. A educação superior e o potencial empreendedor: um Estudo de Caso em uma Instituição de Ensino Superior In: EGEPE – Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005.

MATOS, P.; VASCONCELOS, A. Análise de causalidade da mortalidade das pequenas empresas no Brasil. **Revista Ciências Administrativas**, v. 19, n. 1, p. 13-34, jan/jun, 2013.

NEGRI, S.; RAMOS, M.; HAGEN, M. E. K. Influências na escolha por curso de nutrição em calouros de Porto Alegre (RS). **Cadernos de Educação**, n. 39, p. 221 - 241, mai/ago, 2011.

NÓBREGA, A. B. N. *et al.* Competências Gerenciais do nutricionista gestor de unidades de alimentação terceirizada. **RAUnP**, v. 4, n. 2, p. 49-60, 2012.

ROESE, A.; BINOTTO, E.; BÜLLAU, H. **Empreendedorismo e a Cultura Empreendedora: um estudo de caso no Rio Grande do Sul**. II Seminário de Gestão de Negócios. FAE Centro Universitário. Blumenau, 2005.

RONCON, P. F.; MUNHOZ, S. Estudantes de enfermagem têm perfil empreendedor? **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 62, n. 5, p. 695-700. Set/out, 2009.

SEBRAE - Serviço de apoio às micro e pequenas empresas. Brasília, 2013.

SILVEIRA, A.; GOUVEA, A. B. C. T.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: Características, considerações e entendimentos de mulheres gerentes

de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina, Brasil. In: X Seminário em Administração, São Paulo. Anais... São Paulo, 2007.

TEIXEIRA, Rivanda Meira et al. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **REG Revista de Gestão**, v. 18, n. 1, p. 3-18, 2011.

TERRA, B.; DRUMONND, R. O empreendedorismo e a inovação tecnológica. **FINEP** (on-line). São Paulo, 2003.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. D. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VASCONCELOS, F. A. G.; CALADO, C. L. A. Profession of dietician: 70 years of history in Brazil. **Revista de Nutrição**, v. 24, n. 4, p. 605-617, 2011.

ZAMPLER, M.A, TAKAHASHI, A.R.W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **CADERNOS EBAPE.BR**, v. 9, p.564-585. Rio de Janeiro, Jul, 2011.

ZUGMAN, F. **Empreendedores esquecidos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Estratégias de internacionalização de micro e pequenas empresas paulistas

Internationalization Strategies of Micro and Small Businesses Paulistas

Nayara Cândido Lourenço¹

Prof. Dr. Donizetti Leônidas de Paiva²

¹Estudante do Curso de Administração com LFE em Comércio Exterior - Bolsista CNPq;

²Professor do Centro Universitário Senac

{nayaracandido.lourenco@hotmail.com, donizetti.lpaiva@sp.senac.br}

Linha de Pesquisa: Internacionalização e Desenvolvimento

Projeto: Internacionalização das pequenas e médias empresas brasileiras.

Resumo. O presente trabalho tem por objetivo identificar os principais fatores de motivação, os incentivos e as estratégias que levam micro e pequenas empresas paulistas a buscarem o processo de internacionalização. Dada a relevância de empresas deste porte na economia do país e os desafios trazidos pela globalização e por cenários econômicos externos e internos, é de suma importância identificar e analisar os fatores preponderantes que alicerçam esta decisão em empresas consideradas "menos competitivas" frente ao mercado internacional. Para tanto, foi elaborada uma pesquisa exploratória teórica sobre o processo de internacionalização e as formas de entrada no mercado internacional. Além disso, foi realizada também uma pesquisa de campo com uma amostra de empresas paulistas que buscam realizar, realizam ou já realizaram algum tipo de internacionalização. A junção da teoria com os resultados permitiu uma análise qualitativa e quantitativa, levando a identificação dos fatores de internacionalização mais relevantes.

Palavras-Chave: internacionalização, micro e pequenas empresas, estratégia.

Abstract. *This study aims to identify the main factors of motivation, incentives and strategies leading micro and small companies from São Paulo to pursue the process of internationalization. Given the importance of companies of this size in the economy and the challenges brought by globalization and by external and internal economic scenarios, it is of paramount importance to identify and analyze the major factors underpinning this decision so important for companies considered less competitive. For this, a theoretical exploratory research on the process of internationalization and the entry forms on the international market will be established. In addition, a field survey will be conducted with a sample of São Paulo companies looking to accomplish, perform or have performed some kind of internationalization. The junction of theory results permit a qualitative and quantitative analysis taking the identification of these most important factors.*

Keywords: *internationalization, micro and small enterprises, strategy.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento

Vol. 6 no 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac

ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Internacional](#) 

1. Introdução

No Brasil, a busca por independência tem levado cada vez mais as pessoas a apostarem no empreendedorismo. Cerca de 500 mil empresas são incorporadas anualmente na economia brasileira, das quais 150 mil somente no estado de São Paulo, o estado mais rico do país. Embora seja um número considerável de empresas, apenas cerca de 2,9% são consideradas de alto crescimento e mais da metade não conseguem sobreviver as barreiras e concorrência e acabam por fechar antes de completar 5 anos do início de sua atividade. (SEBRAE, 2015)

A maior parte das empresas (cerca de 99%. SEBRAE, 2015) começam como micro e pequeno porte e com recursos limitados, buscando se consolidar no mercado. Em um cenário de mudanças econômicas e políticas ao qual o país tem vivenciado, manter-se competitivo tem se tornado a cada dia um desafio maior. Uma das alternativas de expansão de capital e competitividade que tem se intensificado ao longo da última década é a internacionalização, a qual é realizada por diferentes formas.

Cada vez mais empresas buscam se aventurar fora das fronteiras brasileiras, seja em busca de escoamento de produção sazonal, ou com o objetivo de expandir a marca, produto ou serviço. Vários são os fatores que levam as empresas a este processo, existem incentivos governamentais e privados que impulsionam a busca por essa nova realidade.

Muitas começam a exportar para expandir seu negócio, diminuir a dependência do mercado interno e aumentar a fonte de renda, são diversos os benefícios que as empresas e o país têm quando os produtos nacionais vão para o mercado internacional.

Embora haja incentivos e órgãos especializados que ajudam e incentivam a internacionalização, o número de empresas que procuram realizar o processo ainda é limitado. Fatores como, barreiras burocráticas e tributárias, falta de iniciativa, recursos e incentivo financeiro por parte de instituições, entre diversos outros fatores; muitas vezes inibem as empresas a sequer buscar informações ou meios para iniciar o processo. (SEBRAE, 2015).

Diante disso, o objetivo geral dessa pesquisa foi tentar identificar os principais fatores de motivação, os incentivos e estratégias que levam micro e pequenas empresas paulistas a buscarem o processo de internacionalização, entendendo o perfil de empresas exportadoras e buscando identificar similaridades ou padrões no processo como um todo.

Como objetivos específicos buscamos entender as diferentes formas como a internacionalização pode ocorrer. Para isso será feito um embasamento nas principais teorias de internacionalização e estudado as distintas possibilidades de entrada no mercado internacional. Além da pesquisa teórica será feita uma pesquisa de campo para junção do conhecimento teórico adquirido, com a prática do processo das empresas pesquisadas.

Para essa discussão, o artigo está estruturado da seguinte forma: Inicialmente apresentaremos o objeto da pesquisa, a metodologia utilizada para a elaboração da mesma, as teorias que embasam a discussão e temas essenciais para a análise das informações obtidas com a pesquisa de campo e, por fim, serão apresentados os dados e suas respectivas análises para a compreensão do presente estudo.

2. Objeto da pesquisa

O objeto pesquisado são micro e pequenas empresas paulistas que buscam ou já buscaram o processo de internacionalização. O estado de São Paulo é o mais rico e populoso do Brasil (41.262.199 pessoas segundo o censo de 2010. IBGE), sendo visto como o berço do empreendedorismo, a experiência das pesquisadas dará uma amostra das estratégias utilizadas por empresas do mesmo porte no estado.

3. Metodologia

A metodologia proposta envolveu uma pesquisa exploratória bibliográfica, para obter maior familiaridade com o tema. Além de ser uma pesquisa explicativa, pois tenta identificar os fatores determinantes que envolvem o processo de internacionalização das empresas estudadas.

Quanto a finalidade, trata-se de uma pesquisa aplicada, pois os resultados podem ajudar a solucionar os problemas concretos relacionados a internacionalização das empresas. A forma de abordagem envolve pesquisa qualitativa, pois tenta identificar os fatores determinantes no processo, além disso, envolve uma pesquisa quantitativa, que visa utilizar de técnicas estatísticas para melhor compreensão do fenômeno.

Para a pesquisa de campo foi realizada uma coleta de dados, com uma amostra inicial de 50 empresas paulistas de micro e pequeno porte, de vários segmentos, que já atuam no comércio exterior. Com isso, buscamos construir um banco de dados onde identificamos as empresas de interesse para a pesquisa. Após identificadas as empresas, entramos em contato com elas e submetemos o questionário específico (anexo), para captar as informações desejadas. De posse dessas informações foram feitas análises qualitativas e quantitativas dos dados coletados, confrontando-os com o aparato teórico.

O objetivo inicial da pesquisa era coletar uma amostra total de 50 empresas respondentes, mas durante os meses de abril ao começo de outubro cerca de 2.000 empresas foram contatadas. O método de contato variou entre e-mails, contato via site ("fale conosco") e ligações. Porém o mais comum foi por e-mail.

Foi estabelecido um critério para o contato, de modo que as respostas recebidas fossem direcionadas para a finalidade do projeto, ou seja, se enquadrassem nos critérios (localização e porte) de empresas estudadas, otimizando a análise de dados.

A principal fonte de acesso as empresas contatadas foi o site *VITRINE DO EXPORTADOR*¹, o site é uma parceria dos Ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Relações Exteriores e; Indústria, Comércio Exterior E Serviços. O mesmo fornece informações por setor, volume de exportação em reais, região de destino, entre outros filtros de seleção; disponibilizando o nome e contato de todas as empresas que exportam ou pretendem exportar.

Durante os meses a dificuldade de obter respostas e realizar o estudo de caso foi visível, das cerca de 2.000 empresas contatadas somente 15 responderam o formulário completo, de forma que seus dados pudessem ser utilizados na análise.

O método de análise de dados garante a confidencialidade em relação aos nomes e dados individuais, ou seja, todas informações serão utilizadas e analisadas conjuntamente.

4. Abordagem Conceitual: Teorias da Internacionalização

Existem várias definições sobre internacionalização de empresas; em grande medida as definições estão associadas às operações que as empresas realizam além de suas fronteiras nacionais. Cech e Luostarinen definem a internacionalização como sendo: "[...] *Um processo de crescente envolvimento com operações internacionais*" (1988, p.37 apud FAGUNDES; VIANA; SAUER; FIGUEIREDO, 2012, p.210). Por sua vez, Oliveira Junior e Cyrino (2002 apud FAGUNDES; VIANA; SAUER; FIGUEIREDO, 2012, p.210) observam que "A internacionalização é o processo de obtenção de parte ou da totalidade do faturamento da empresa a partir de operações internacionais". Logo, neste contexto é possível defini-la como um processo de expansão de mercado interno para mercados externos.

¹ <http://www.vitrinedoexportador.gov.br/bens/ve/br/consulta/index#inicio>

Para entender melhor o conceito de internacionalização podemos citar algumas das principais teorias que abordam o tema procurando explicar o que leva as empresas a buscarem o mercado externo, considerando modelos com base em critérios econômicos e comportamentais, que englobam a Teoria de Poder de Mercado, Teoria da Internalização, Hipótese do ciclo de vida dos produtos, Paradigma Eclético, Teoria da Escolha Adaptativa, Modelo de Uppsala, Teoria de Networks e Empreendedorismo Internacional.

Na abordagem da teoria do poder de mercado, as empresas atuam em condições de imperfeições utilizando suas vantagens específicas, buscando um estado mais próximo possível de um monopólio. Inicialmente aumentariam sua participação por meio de fusões, aquisições e extensões no mercado interno. Como consequência de sua concentração seu lucro e poder de mercado chegariam a um ponto onde não haveria como se expandir por conta da formação do poder monopolístico. Neste ponto essas empresas começariam a se internacionalizar em busca de novos mercados, investindo parte do lucro obtido em um novo mercado alvo. (HYMER, 1960/1976 APUD. CARNEIRO; DIB, 2006)

Já na teoria da internalização a ênfase está na maximização da eficiência para redução de custos ou riscos de fazer negócios com terceiros no exterior, sendo uma análise de custo versus benefício. (CARNEIRO; DIB, 2006, p.10). Neste caso, é necessário haver vantagens de custos de transação, que determinam também quando e onde irá acontecer a internacionalização. Portanto, as empresas buscam atuar nas imperfeições de mercado que permitam a maximização de seus lucros. (CARNEIRO; DIB, 2006)

A teoria de hipótese do ciclo de vida dos produtos, foi desenvolvida por Vernon e seguida por Wells. Essa abordagem econômica se baseia no deslocamento da produção para outro país menos desenvolvido e com custos menores, onde o desconhecimento do produto fosse visto como algo inovador, proporcionando maior rentabilidade. (FREITAS, 2004; AMATUCCI; AVRICHIR, 2007 apud VIANNA, N. W. H.; ALMEIDA, S. R., 2011)

No conceito do paradigma eclético de Dunning (1977/1980), o enfoque está nas vantagens de localização de um determinado país ou região, que possui correlação com a escolha do país para onde irá exportar. Como exemplos de vantagens podem-se citar: abundância de recursos naturais ou humanos com qualidade e baixo custo, tamanho de mercado, estabilidade política e econômica, tecnologia, política econômica, entre outros. (CARNEIRO; DIB, 2006)

Outra abordagem da internacionalização está na teoria da escolha adaptativa de Lam e White, onde o foco está nas mudanças ocorridas nas organizações, em que as forças de mercado levam as empresas a se adaptarem constantemente para se manterem competitivas no mercado. Esta teoria destaca o importante papel das escolhas gerenciais, uma vez que, a partir do momento em que a empresa resolve buscar o mercado externo, ela tem que estar preparada para mudanças, inclusive na estrutura de sua organização. Nesse modelo são consideradas as instalações de subsidiárias nos países destinos, o modelo *joint ventures*² e a *exportação*. (1999 apud KOVACS; MORAES, 2005).

Na abordagem comportamental destacamos o modelo de Johansson e Vahlne (1977 apud CARNEIRO; DIB, 2006), conhecido como Modelo de Uppsala que procura explicar as etapas de um processo de internacionalização por meio de estágios com uma aquisição gradual, integração e uso do conhecimento sobre os mercados e operações estrangeiras. De acordo com os autores, as empresas inicialmente procurariam explorar o mercado interno e posteriormente passariam a explorar o mercado externo, de forma gradual, iniciando com exportações indiretas ou por agentes, até atingir o estágio do estabelecimento de unidades de produção no exterior. Esse processo se daria apenas em países com uma certa distância psíquica entre os países originais. (CARNEIRO; DIB, 2006).

Outra abordagem comportamental destaca a importância das redes de relacionamento, a teoria de Networks. Esta considera os mercados como redes de empresas, e em seu contexto a

² União de duas ou mais empresas que visam uma atividade econômica comum por um determinado período de tempo.

internacionalização dependeria da própria empresa e do mercado. As empresas adotariam posições comportamentais de acordo com o mercado e seu grau de internacionalização. Seu modelo segue o mesmo raciocínio do Modelo de Uppsala, porém suas decisões seriam baseadas no grau de relacionamento com novas redes ou no aperfeiçoamento destes. (CARNEIRO; DIB, 2006) "*Tanto o aprendizado quando o desenvolvimento da rede influenciam e são influenciados pelo processo contínuo de internacionalização*" (Welch & Welch, 1996, p.14 apud CARNEIRO; DIB, 2006, p.4).

Na teoria do empreendedorismo Internacional tem-se como destaque o perfil do empreendedor, que possui ligação direta com a decisão de internacionalização. (CARNEIRO; DIB, 2006)

De acordo com Carneiro e DIB:

Um "empreendedor de mercado" iria ao estrangeiro em busca de novos mercados. Um "empreendedor técnico" iria atender a demandas não solicitadas, geradas devido à sua posse de processos, produtos ou tecnologias inovadoras. Finalmente, um "empreendedor estrutural" buscaria a reestruturação de sua indústria (por ex.: sua consolidação em diferentes países). (2006, p.5)

Logo, o perfil de cada um definiria a sua forma de entrada no mercado de diferentes formas, sendo por meio de pedidos que o levariam a exportação ou licenciamento, fusões e aquisições ou, pela criação de novos canais para alcançar consumidores. (Anderson, 2000 apud CARNEIRO; DIB, 2006).

4.1 Estratégias de Internacionalização

Há diversas formas de entrada no mercado internacional, e isso varia de acordo com a dimensão de mercado, os riscos políticos existentes, as perspectivas de crescimento, seu próprio poder de mercado e objetivos. (DUNING, 1988 apud BARBOSA, 2005).

Uma empresa pode buscar o mercado externo em qualquer momento de seu ciclo de existência ou simplesmente não o buscar. Os motivos para essa decisão variam entre explorar vantagens de produção, marketing, *know-how*, recursos, bem como posicionar-se em mercados potenciais, explorar taxas de câmbio, política fiscal, preços inelásticos, volume, entre muitos outros. (DUNNING, 1980; MADSEN, 1998 apud CARNEIRO; DIB, 2006)

As formas mais comuns são: exportação, acordos contratuais, alianças estratégicas e investimento direto no exterior. Para Buckley; Casson:

"O novo entrante no mercado também pode optar entre o crescimento orgânico (*greenfield* - de negócios existentes) ou a aquisição de empresa que já atue no mercado estrangeiro. Deve escolher entre internalizar todas as atividades, subcontratar terceiros ou expandir-se via franchising. Diferentes configurações ainda podem ser adotadas para as atividades de produção e as de distribuição". (1998 apud CARNEIRO; DIB, 2006, p.5).

A exportação é basicamente a venda de mercadoria para outros países decorrente de um contrato de compra e venda internacional. Essa pode ser dividida em dois principais tipos: a exportação direta e exportação indireta.

Na exportação direta, a empresa exportadora é responsável por todo o processo. Exige conhecimento no processo de exportação e toda sua extensão (pesquisa de mercado, contato com o importador, documentação de exportação, acordos comerciais internacionais, embalagem, transações bancárias específicas da exportação, transporte, entre outros). Essa modalidade de exportação é a mais complexa e traz maiores benefícios ao exportador pois, no caso brasileiro, o produto exportado é isento de IPI e não ocorre incidência de ICMS (Imposto

sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação) (MINISTÉRIO DE RELAÇÕES EXTERIORES, 2011).

Já na exportação indireta, que pode ser realizada por *Tradings Companies*, agentes de Comércio exterior, empresas comerciais exportadoras, empresas comerciais que operam no mercado interno e externo e consórcios de exportação. Muito utilizada por empresas sem experiência internacional ou por aquelas que exportam esporadicamente, esse tipo de exportação possui vantagens como menor risco no processo, o conhecimento de mercado dos intermediários e menor demanda de recursos para o processo; porém há como desvantagem o pouco controle sobre o produto ou serviço exportado. (MINISTÉRIO DE RELAÇÕES EXTERIORES, 2011).

Outra forma de internacionalização está nos acordos contratuais. Essa modalidade é estabelecida por contratos de empresas com representantes fora de seu território regido por direitos e obrigações de ambas as partes. Um exemplo disso são os acordos de licença onde as organizações estabelecem acordos de licença para fabricação de bens e produtos, utilização da marca, distribuição, patentes e segredos comerciais, tecnologia, *know-how*, serviços, etc. Essa é uma estratégia de penetração em mercados externos de baixo custo. (CERCEAU; TAVARES, 2002 apud BARBOSA, 2005).

Outra forma contratual que pode ser estabelecida é através de franquias, neste caso o modelo é feito em troca de *royalties*³, em que o franqueador dispõe ao franqueado o conceito de seu negócio como um todo, desde o plano de marketing a manuais, marcas, sistema de gestão e serviços, etc. O franqueado é responsável pela gestão do negócio. (CERCEAU; TAVARES, 2002 apud BARBOSA, 2005)

Além das franquias, há um acordo estabelecido entre a empresa uma estrangeira (contratante) local (contratada), em que a empresa local produz parte ou todo o produto da estrangeira (KOTABE; HELSEN, 1998 apud BARBOSA, 2005). Nessa modalidade a empresa local se compromete a administrar parte ou todas as operações da empresa estrangeira, por meio de rendimento fixo ou participação nos lucros (CERCEAU; TAVARES, 2002 apud BARBOSA, 2005)

As alianças estratégicas, por sua vez podem ser definidas como um acordo entre duas ou mais empresas que visam benefícios mútuos para todas as partes envolvidas. (CERCEAU; TAVARES, 2002 apud BARBOSA, 2005). Como exemplo, podemos destacar a *joint venture*, onde duas empresas, normalmente uma nacional e uma estrangeira, por meio de acordo de divisão de recursos e papéis, estabelecem uma nova empresa no mercado-alvo. Esse modelo tem menor investimento e riscos para ambos. (DUTRA, 1997 apud BARBOSA, 2005)

O investimento direto no exterior se trata de unidades produtivas criadas em outros países, esta modalidade pode ser feitas por meio de fusões e aquisições e subsidiárias controladas pela matriz.

Segundo Kindleberger:

A oportunidade do investimento direto no exterior deve ser avaliada, ainda, segundo a perspectiva do país receptor, que poderá entendê-lo como benéfico ou até mesmo prejudicial, caso esse investimento entre em desacordo com a política interna do país, redunde em desemprego de mão de obra local ou ainda em controle de setores chaves da sua economia (1963 apud. VIANNA, N. W. H.; ALMEIDA, S. R, 2011).

³ Quantia paga por alguém para o proprietário em troca do direito de uso, exploração ou comércio de um produto, serviço, entre outros.

Dentre os modelos de internacionalização, o mais utilizado por empresas brasileiras que pretendem dar início a este processo é a exportação, seja ela direta, ou indireta.

Isso porque os demais exigem uma maior conexão e comprometimento com o mercado alvo por serem mais complexos.

O processo de exportação também é muito incentivado pelo governo brasileiro, sendo utilizado pelo mesmo como uma das medidas que mantém a balança comercial do país "ajustada", além de medidas fixas como a isenção de todos impostos de produtos voltados para o mercado internacional, há também medidas sazonais adotadas, como intervenções do Banco Central no câmbio que ajudam a aumentar o volume de exportações do país. Além de medidas de incentivo diretas do governo federal, há também programas e iniciativas públicas e privadas que apoiam a exportação. Abaixo serão apresentadas.

5. Resultados e discussão

5.1 Apoio a exportação para MPMEs no Brasil

Atualmente existem organizações que promovem auxílio técnico para as MPMEs no seu processo de internacionalização, principalmente na exportação, que é um dos modos mais utilizados para entrada no mercado externo, por demandar de menor investimento, apresentar baixo risco e não exigir comprometimento futuro o com mercado destino. Entretanto, a exportação exige conhecimento técnico, o que a maioria dessas empresas não possuem inicialmente.

Dado a relevância de tal fator, existem iniciativas públicas e privadas que proporcionam acesso a este conhecimento técnico e de mercado, demandando um pequeno investimento, sendo uma importante ferramenta incentivadora e facilitadora deste processo. Podemos citar como os principais: o SEBRAE, APEX, Aprendendo a Exportar e PROGEX.

SEBRAE

De acordo com sua própria definição:

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 3,6 milhões. (SEBRAE, s.d.)

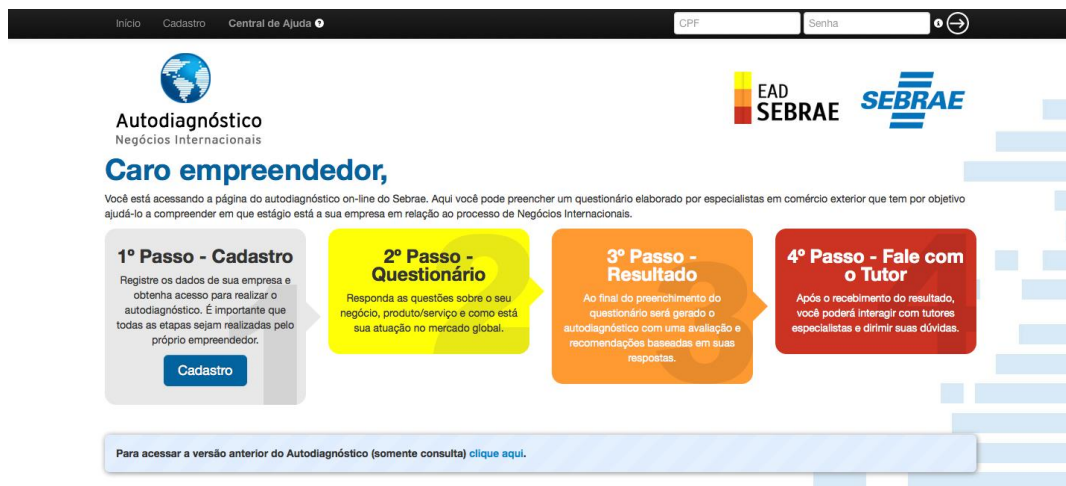
Por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, feiras, rodadas de negócios, consultorias entre outros; o Sebrae atende desde empreendedores que desejam abrir uma empresa, até as pequenas empresas que já estão consolidadas no mercado. (SEBRAE, S.d)

A instituição possui um programa específico para internacionalização de micro e pequenas empresas, o qual conta com seminários, avaliação da empresa e mercado atuante, além de consultorias com especialistas na área de internacionalização, para orientar a empresa de acordo com suas necessidades durante o processo. O programa é destinado a empresas que exportam, já exportaram ou desejam exportar, não sendo cobrado nada pela consultoria mensal agendada com um de seus consultores

Também disponibiliza em seu site, fácil acesso a informações para empreendedores que buscam um primeiro contato a internacionalização. Um exemplo é a ferramenta de autodiagnostico para que o empreendedor entenda seu estágio de desenvolvimento no mercado; por meio dos dados

do diagnóstico é feita uma avaliação com recomendações para a empresa e contato com especialistas, o que posteriormente pode se tornar uma consultoria.

Imagem 1: Página SEBRAE de autodiagnóstico.



Fonte: SEBRAE (s.d). Disponível em: <http://www.internacionalizacao.sebrae.com.br>

Além do programa específico, o Sebrae tem cursos sobre o processo de planejamento de internacionalização e outros assuntos, também disponibiliza em seu portal estudos sobre oportunidades no mercado externo que podem ser exploradas pelas MPEs, informações de novas tecnologias e ferramentas para inovação vindas do exterior.

APEX

Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) realiza promoções comerciais com intuito de promover as exportações e o mercado brasileiro no exterior.

Atua com missões e prospectivas comerciais, apoio a participação de empresas em feiras internacionais, rodadas de negócios, estudo de mercado para empresas, estratégias de internacionalização, atração de investimentos entre outros. (CAIXETA; NETZ e GALUPPO, 2006)

O trabalho desenvolvido pela agência foca em quatro áreas principais de atuação, sendo a primeira responsável por disseminar a cultura exportadora entre as empresas brasileiras em setores e regiões variadas. O segundo ponto estratégico fornece ao exportador um material de diagnósticos e estratégias de conquista de mercado feito pela Unidade de Inteligência Comercial da agência. A terceira área apoia e insere as empresas, principalmente as pequenas e médias, em eventos anuais de promoção comercial organizados ou apoiados pela APEX-Brasil no exterior. Sua quarta área de atuação é a criação de Centros de Distribuição em diversas cidades de todo mundo, estes armazenam a mercadoria para pronta entrega facilitando a logística em relação ao seu acesso e controle. (APEX-Brasil, 2006, pg.16).

Aprendendo A Exportar

O projeto aprendendo a exportar é uma série multimídia que dá orientação em todos os procedimentos da exportação em diferentes setores de atuação. Além da série multimídia, o portal possui uma central de atendimento (COMEX responde), o fluxo lógico operacional do processo de exportação que são os principais passos a serem seguidos na operação e um simulador de preço da exportação. (APRENDENDO A EXPORTAR, s.d) A iniciativa visa “[...] Contribuir para a expansão da base exportadora brasileira, buscando, principalmente, uma maior participação dos empresários das micro, pequenas e médias empresas” (APRENDENDO A EXPORTAR, s.d)

A ferramenta é muito útil e acessível as MPMEs, pois é de fácil acesso e não demanda investimento, os setores são divididos por páginas, facilitando o acesso as informações do segmento desejado.

Imagem 2: Página Inicial do site Aprendendo a Exportar.



Fonte: APRENDENDO A EXPORTAR⁴

A série foi desenvolvida pela Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), o acesso as informações é gratuito e pode ser feito por qualquer pessoa. (APRENDENDO A EXPORTAR, s.d)

PROGEX

O Programa de Apoio Tecnológico à Exportação presta apoio tecnológico as empresas que pretendem exportar ou já exportam mas querem melhorar seu desempenho e imagem no mercado externo. Por meio de estudo do mercado alvo, busca adequar o produto às exigências técnicas do país para qual a empresa pretende exportar. Essas exigências baseiam no regulamento e diretivas ou normas técnicas, que estabelecem os padrões mínimos necessários para entrada.

O critério para ser atendido pelo PROGEX é possuir um produto existente, ter definido um mercado-alvo e a decisão de exportar de forma *permanente*.

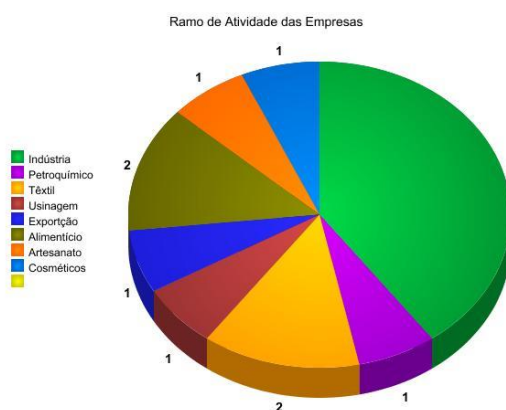
O programa de conta, quando possível com recursos de 80% do valor, cabendo a empresa somente 20% do valor do atendimento, o que facilita o acesso das empresas de menor porte. (IPT, s.d)

⁴ Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/inicial/index.htm#this>.

5.2 Resultados da pesquisa de campo

A maior parte dos participantes são empresas voltadas para a indústria e em sua maioria possuem pequeno porte. Durante a pesquisa foi observado que o processo de exportação das empresas participantes está diretamente ligado a níveis hierárquicos maiores, ou seja, há um acompanhamento minucioso desses processos. Isto reflete positivamente nos dados obtidos, pois os respondentes que em sua maioria são diretores e analistas, possuem um know-how maior sobre processo e as influências internas e externas que o afetam. Em seguida apresentaremos os dados de forma que fiquem claros e sejam analisados mais facilmente.

Gráfico 1: Ramo de Atividade

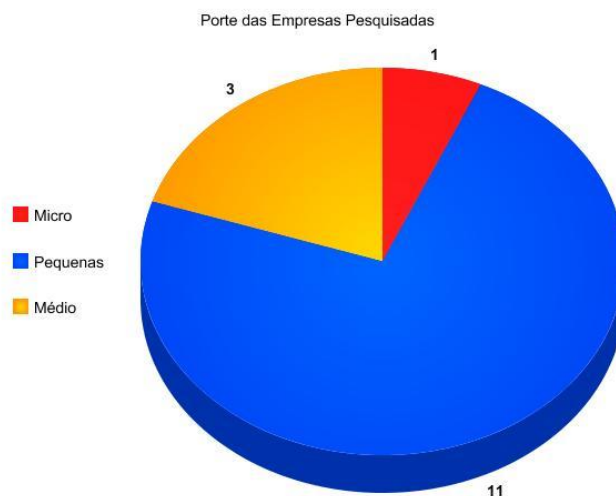


Elaboração própria.

A maior parte das empresas se auto denominou apenas como indústria, sendo que em uma visão geral a maior parte exporta produtos, não serviços.

O crescimento no volume de indústrias nos últimos anos é característica do nosso país, de acordo com um estudo do Sebrae (2014), este é o setor com maior potencial de desenvolvimento nos últimos 5 anos, sendo que em sua maioria são empresas que surgem pelo aumento da necessidade da população dado o crescimento absoluto. Isso faz com que as chances de permanência e crescimento dessas empresas sejam maiores pois não há necessariamente uma ligação com o crescimento da renda dos consumidores, mas sim a tendência de suprir e atender necessidades e novos hábitos de consumo.

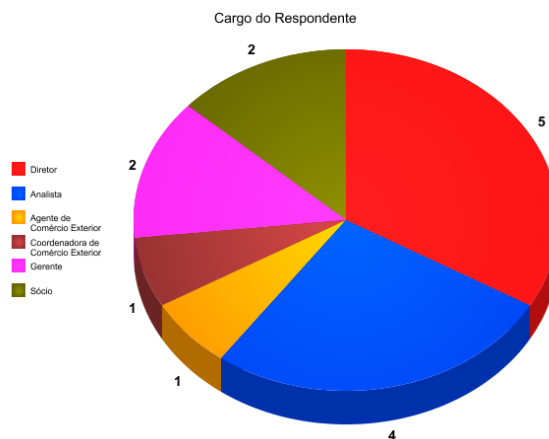
Gráfico 2: Porte das empresas participantes.



Elaboração própria.

As empresas participantes em sua maioria possuem pequeno porte como é possível observar no gráfico acima. De acordo com o SEBRAE (2014) há mais empresas de pequeno porte no estado de São Paulo, o mesmo estudo que apresenta estes dados identificou também que as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro somadas representam quase 15% do número total de EPP do Brasil, apresentando um faturamento médio maior do que todos os outros Estados do país o que consequentemente também influencia no processo de internacionalização.

Gráfico 3: Cargo dos Respondentes



Elaboração própria.

Essa é uma variável muito importante a ser levada em consideração na veracidade das informações obtidas para a pesquisa, pois o envolvimento de todos os níveis hierárquicos no processo é essencial. Uma empresa que decide se internacionalizar precisa de fluxos e processos muito bem definidos, de forma que prazos e metas sejam cumpridas. Embora no mercado interno isso também deva ocorrer, quando se trata de prazos para entrega do produto no mercado internacional o planejamento envolve muitas outras variáveis e possíveis fatores

exógenos que acabam por atrasar o processo de entrega e consequentemente afetam indiretamente a reputação da empresa frente seus compradores.

Lam e White, citam a importância das escolhas e ligações gerenciais nesse processo em sua *Teoria da escolha Adaptativa*, pois há muitas mudanças que ocorrem no mercado e as empresas necessitam se adaptar constantemente para acompanhar o mercado. O fato de todos os respondentes possuírem cargos estratégicos nos leva a perceber a importância do acompanhamento interno e quanto este realmente está presente até mesmo em empresas "menores".

Gráfico 4: Estratégias utilizadas para se Internacionalizar



Elaboração própria.

No que diz respeito a forma como as empresas buscam superar as barreiras para a internacionalização os dados coletados destacam:

- (i) Exportação direta
- (ii) Exportação indireta
- (iii) Venda de franquia no exterior
- (iv) Instalação de filial no exterior
- (v) Estabelecimento de representante legal no exterior
- (vi) Utilização de cooperativa ou consórcio de exportação
- (vii) Uso do Networking dos gestores

A estratégia utilizada pelas empresas pesquisadas surpreende em relação a forma escolhida, temos ao menos um exemplo de cada, sendo que há empresas com diferentes estratégias por atuarem em diferentes mercados.

As mais usadas foram: (a) Exportação direta – 7 empresas (b) Venda de franquia no exterior – 6 empresas (c) Exportação indireta – 5 empresas e (d) Estabelecimento de representante legal no exterior.

A exportação direta foi o modo de internacionalização mais utilizado como apresentado. No geral as formas que se destacaram, com exceção a exportação indireta; demonstram um grande comprometimento com o mercado externo. O que mostra a relevância do processo e como até mesmo micro e pequenas empresas não só possuem potencial exportador, mas também estão investindo e buscando cada vez mais crescer e expandir suas fronteiras.

Dentre as formas utilizadas que se destacam, o uso de networking dos gestores assim como citado na teoria de Alianças estratégicas (CERCEAU; TAVARES, 2002 apud BARBOSA, 2005, p.30), foi de suma importância para o processo.

Gráfico 5: Fatores que motivaram a exportação



Elaboração própria.

Dentre os diversos possíveis fatores que podem influenciar na busca pelo mercado externo foram selecionados os seis "mais comuns" com base em pesquisas teóricas e nas teorias apresentadas. São estes fatores:

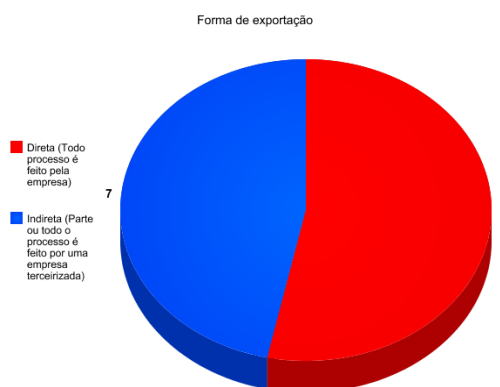
- i) Acesso a novos mercados (*Teoria de poder de mercado e escolha adaptativa*);
- ii) Alternativa ao aumento da concorrência no mercado interno (*Teoria de poder de mercado*);
- iii) Contato de empresas estrangeiras interessadas em comprar o produto (*Teoria do empreendedorismo Internacional e Networks*);
- iv) Possibilidade de ampliação dos lucros (*Teoria do empreendedorismo Internacional, Uppsala, Paradigma eclético*);
- v) Visão estratégica empreendedora dos gestores (*Teoria da internalização e empreendedorismo Internacional*);
- vi) Incentivos de órgãos governamentais (*Teoria da internalização*);

Dentre os fatores acima, os quatro motivos mais citados foram: (a) Acesso a novos mercados - 10 empresas; (b) Possibilidade de ampliação dos lucros - 9 empresas; (c) Contato de empresas estrangeiras interessadas em comprar o produto - 8 empresas; e (d) Visão estratégica empreendedora dos gestores. - 6 empresas. Esta sequência demonstra uma junção das teorias apresentadas no presente trabalho na realidade dessas empresas, onde as teorias comportamentais como Networks, Empreendedorismo Internacional, Uppsala e Escolha adaptativa são identificadas, estando relacionadas com as oportunidades, empreendedorismo por parte da empresa e busca por ampliação de lucros.

De acordo com a sequência apresentada é possível identificar que as empresas buscam atender o mercado internacional secundariamente, dando preferência ao mercado interno; porém com o tempo passam a expandir sua demanda em busca da ampliação dos lucros. Os fatores se relacionam, pois, para que isso ocorra é necessário visão estratégica, planejamento e acompanhamento de um bom gestor, sendo que um gestor /profissional de comércio internacional deve prezar pelo bom relacionamento e networking, sendo proativo e estabelecendo conexões em feiras e eventos anuais para agregar valor para a organização e manter-se atualizado em relação ao mercado.

Esse dado também se correlaciona com o cargo dos respondentes da presente pesquisa,. Considerando que todos possuem cargos elevados e de certa "exposição" ao processo, é possível identificar a relação entre gestão estratégica e a internacionalização no processo decisório.

Gráfico 6: Forma de exportação utilizada



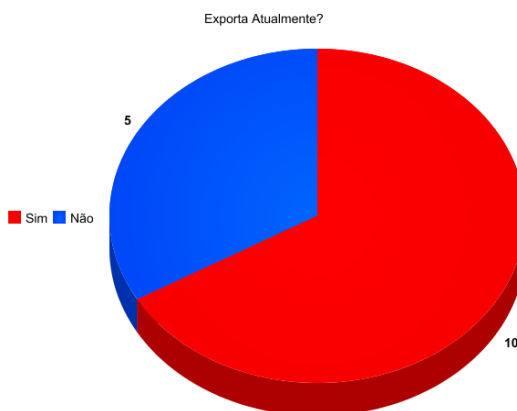
Elaboração própria.

Embora a exportação direta exija um maior know-how das empresas no que diz respeito a legislações, processos e também apresente uma relação de comprometimento com o mercado externo maior, foi a forma utilizada por mais da metade das empresas respondentes. Esse dado faz com que novamente encontremos uma tendência citada no *Modelo de Uppsala* (1977 apud CARNEIRO; DIB, 2006, p.4), em que as etapas da internacionalização seriam graduais. Ou seja, a empresa a partir do momento em que busca explorar o mercado já se prepara para atendê-lo diretamente.

A exportação direta como já citado traz inúmeros benefícios a empresa, tanto fiscais como financeiros, dado que o "custo" do processo quando comparado com os benefícios se torna menor do que na exportação indireta. Mas é um modelo utilizado por empresas que exportam com frequência, por apresentar custos fixos como funcionários com conhecimento técnico, entre outros.

A exportação indireta, método muito utilizado por empresas menores, mostra mais uma vez sua importância dada a relevância nos dados, muito utilizada para exportações esporádicas, ou até mesmo em empresas com um menor comprometimento com o mercado internacional, recursos ou know-how.

Gráfico 7: Exporta atualmente?



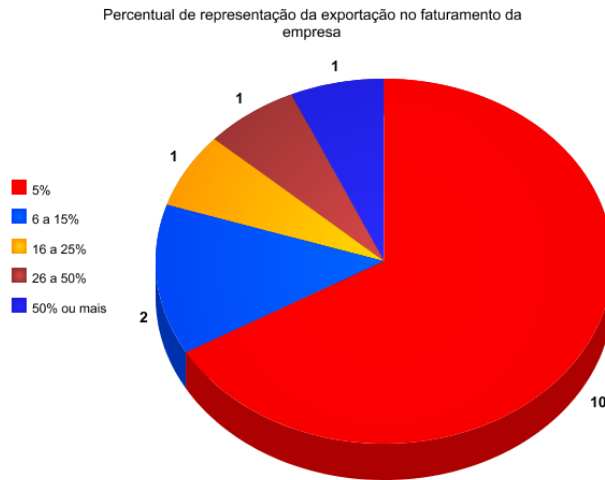
Elaboração própria.

O gráfico acima apresenta “comprometimento” com a exportação nas empresas respondentes. Das 15 empresas, apenas uma nunca exportou e está em processo da sua primeira exportação. Mesmo assim 2/3 das participantes apresentam continuidade no processo, demonstrando o potencial do mercado exportador.

Entre as pesquisadas, não há comprometimento fixo com o mercado internacional, as exportações podem ocorrer sazonalmente dada a demanda.

Em certa medida, os dados corroboram com o *Modelo de Uppsala* criado por Johansson e Vahlne (1977 apud CARNEIRO; DIB, 2006, p.4), em que as etapas da internacionalização seriam graduais. Desta maneira as empresas procurariam explorar o mercado interno inicialmente, e posteriormente iriam começar a exportar gradualmente começando pela exportação indireta ou por agentes dado seu baixo grau de comprometimento com o mercado, mas caso enquadrado neste contexto as empresas buscariam países com uma distância psíquica menor como forma de “facilitar” o processo.

Gráfico 8: Representação da exportação no faturamento das empresas

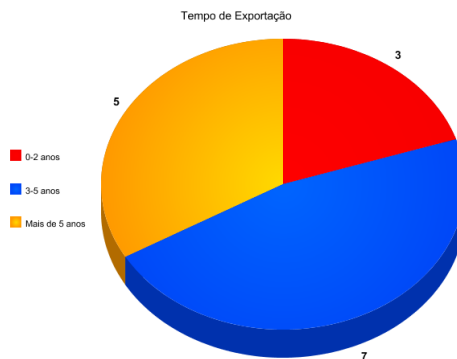


Elaboração própria.

Conforme apresentado acima a maior parte das empresas pesquisadas tem sua maior fonte de lucro no mercado interno, isso mais uma vez nos leva a comparar o modelo de internacionalização empresas paulistas com as teorias comportamentais apresentadas anteriormente, onde o maior foco de crescimento da empresa é o mercado interno; pois busca atender demandas do seu país e apenas parte de sua produção é exportada.

Em contrapartida tivemos três empresas que faturam de 16% a 50% ou mais com as exportações, fato muito relevante que mostra o potencial do mercado internacional. Vale ressaltar que existem outros fatores que influenciam neste dado, pois há setores com muito mais demandas que outros, além de incentivos específicos e recursos próprios. Quanto melhor a estrutura física e financeira da empresa, mais ela consegue se programar e atender demandas externas.

Gráfico 9: Tempo de Exportação (Atuação no mercado internacional)

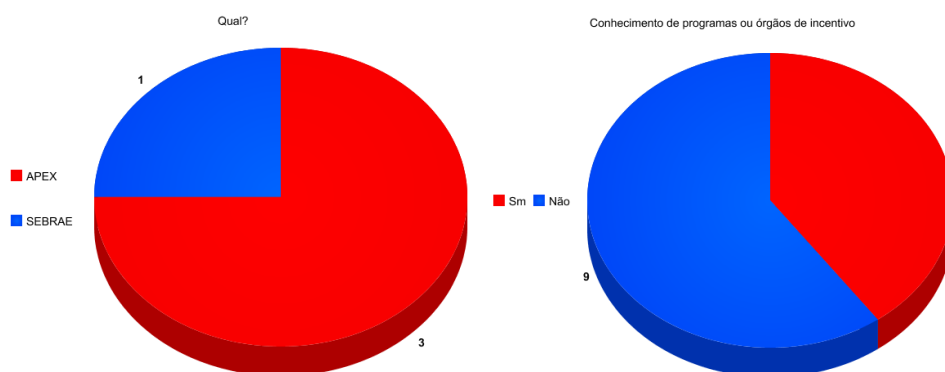


Elaboração própria.

A maior parte das pesquisadas atuam no mercado internacional há mais de 3 anos, este dado reflete o crescimento do país nos últimos anos, onde houve uma maior demanda externa e diferentes fatores que levaram essas empresas a buscarem outros mercados, como maiores incentivos, taxa cambial favorável a exportação, maximização de alianças e acordos comerciais, entre outros.

Algo visível é que a busca por novos mercados não se limita a um ano específico, mas tem crescido mutualmente com a demanda e abertura do mercado internacional. Esse fenômeno de internacionalização de pequenos negócios tem acompanhado o crescimento do PIB mundial desde de 2000, com seu ápice em 2010 onde o PIB brasileiro ultrapassou o mundial (SEBRAE, 2014). A junção desse dado com o apresentado anteriormente (Comprometimento com o mercado externo), demonstra que muitas empresas que passam a atuar no mercado internacional, optam por continuar nele. Fato que nos direciona novamente para vantagens de tal processo para a empresa.

Gráfico 10: Conhecimento de programas e órgãos de incentivo a exportação



Elaboração própria.

Os órgãos e programas de incentivo à exportação são um importante ponto de partida para empresas que não possuem experiências com o mercado internacional, por meio de consultorias as empresas aprendem mais sobre os benefícios e processo. Conseqüentemente, diminuem e evitam custos desnecessários, maximizando o aproveitamento do seu potencial interno de produção e identificando novos mercados consumidores com muito mais rapidez.

Mesmo diante de todos os possíveis benefícios, dentre as empresas pesquisadas somente 60% (9) possuem conhecimento sobre a existência de iniciativas públicas e privadas que beneficiam e ajudam no processo internacionalização, sendo que a maioria (3 empresas) conhece apenas a APEX.

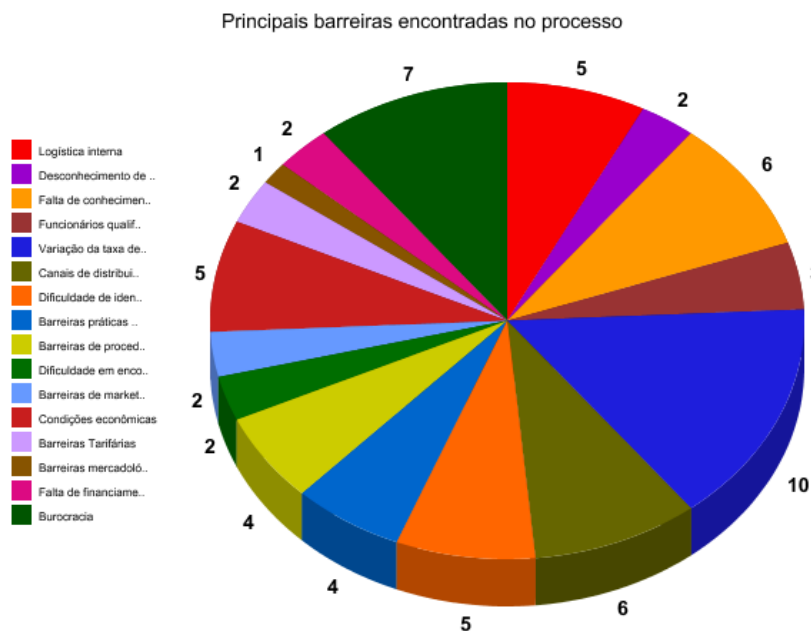
Gráfico 11: Suporte de programas ou órgãos de apoio no processo



Elaboração própria.

O número é ainda menor quando se trata da busca por esses órgãos, o dado apresentado acima é uma possível consequência da falta de conhecimento destes programas de apoio. De qualquer forma, apenas duas das quinze empresas já utilizaram o serviço de apoio para buscar o mercado internacional, sendo em um dos casos a Apex e o outro desconhecido.

Gráfico 12: Principais barreiras encontradas



Elaboração própria.

Existem diversas barreiras que dificultam o processo de internacionalização, muitas delas variam e acordo com o setor e país destino, porém dentre as principais e mais comuns estão:

- (i) Logística interna
- (ii) Desconhecimento de leis e normas
- (iii) Falta de conhecimento sobre o mercado
- (iv) Funcionários qualificados para gerir as atividades relacionadas a exportação
- (v) Variação da taxa de câmbio
- (vi) Canais de distribuição complexos
- (vii) Dificuldade de identificar e contatar clientes potenciais
- (viii) Barreiras práticas e negócios internacionais
- (ix) Barreiras de procedimentos
- (x) Dificuldade em encontrar parceiro externo
- (xi) Barreiras de marketing
- (xii) Condições econômicas
- (xiii) Barreiras Tarifárias
- (xiv) Barreiras mercadológicas
- (xv) Falta de financiamento
- (xvi) Burocracia

Dentre todas as barreiras citadas, os quatro tipos que apresentaram maior relevância para as empresas foram: (a) *Variação da taxa de câmbio* - 10 empresas (b) *Burocracia* - 7 empresas (c) *Falta de conhecimento sobre o mercado* - 6 empresas e (d) *Canais de distribuição complexos* - 6 empresas.

A variação no câmbio foi a vertente mais citada, sendo em um contexto geral a de maior imprevisibilidade por estar suscetível ao mercado e possíveis intervenções do Banco Central na moeda. Muitas empresas tendem a exportar mais quando a cotação do dólar está mais alta por ser uma forma de maximizar os lucros, porém não há formas de prever cotações a longo prazo, prejudicando planejamentos bem definidos.

A burocracia, vertente que foi classificada como segunda de maior relevância, é uma característica negativa do nosso país; muitas vezes os processos burocráticos fazem a exportação mais morosa, o que leva a perda de vendas. Vale ressaltar que este fator também varia de acordo com o setor e órgão regulamentador, além do país destino e possíveis adaptações do produto para o mercado externo, não se tratando apenas de fatores internos, mas sim de um contexto geral.

O terceiro item "falta de conhecimento sobre o mercado", pode ser relacionado com dados apresentados anteriormente, onde a maioria das empresas informa não ter conhecimento ou apoio de instituições e órgãos de incentivo a exportação, um meio facilitador do processo técnico.

O quarto e "último" fator de maior relevância é multável de acordo com o setor, produto e público alvo. Depende também da visão estratégica da empresa, logo, não há como avalia-lo.

Além das principais vertentes citadas acima, um terço das empresas ainda informaram que (a) Dificuldade de identificar e contatar clientes potenciais, (b) Logística interna e (c) Condições econômicas, são fatores que também dificultam o processo.

6. Considerações Finais

O presente trabalho procurou demonstrar por meio de uma amostra de dados, quem são as micro e pequenas empresas paulistas e quais são as suas estratégias e dificuldades quando buscam o processo de internacionalização.

O objetivo da amostra inicial não foi atingido, dada a complexidade de retorno por parte das empresas. Porém, os dados obtidos com as empresas participantes agregaram muito conhecimento no que diz respeito ao processo desde o início ao fim.

Um fator muito importante identificado foi a falta de conhecimento dessas empresas a respeito de órgãos e instituições de apoio a internacionalização, que poderiam ser facilitadores do processo. Ao mesmo tempo, este dado demonstra o interesse pelo mercado internacional, pois as empresas utilizaram diferentes estratégias de internacionalização com níveis de dificuldades distintos mesmo sem apoio.

Os dados obtidos demonstram que não há uma estratégia "melhor" para entrada no mercado internacional pois, assim como as dificuldades encontradas no processo, isso varia de acordo com o setor e produto a ser exportado. Outro fator que se mostrou muito relevante, foi o papel de gerenciamento e networking dos gestores das empresas, que foi fundamental para tal expansão de mercado.

As micro e pequenas empresas tem se mostrado cada vez mais inovadoras e empreendedoras, superando dificuldades do mercado nacional e internacional e fazendo com que Brasil continue a crescer, pois sem elas o país não seria o que é hoje.

Referências

APEX-BRASIL. **Passaporte para o Mundo**. São Paulo: Editora Nobel, 2006, pg. 10, 18, 31 e 32.

APRENDENDO A EXPORTAR. **Sobre o Aprendendo a Exportar**. S.d. Disponível em: <<http://www.aprendendoaexportar.gov.br/inicial/index.htm#this>> Acesso em 02 de junho de 2016.

BARBOSA, Fabio José. **A Internacionalização Do Grupo Gerdau: Um Estudo De Caso**. PUC Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=5877@1&msg=28#> Acesso em 18 de maio de 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. **Exportação Passo a Passo**, 2011. Disponível em: <<http://www.brasilexport.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>> Acesso em 31 de março de 2016.

CERCEAU, Júnia e Lara, José Edson. **Estratégias de Internacionalização de Empresas: Uma Abordagem Teórica**. 1998. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_1999/AE/1999_AE23.pdf>

Acesso em 15 de abril de 2016.

DIB, CARNEIRO. Luis Antonio, Jorge. **Avaliação Comparativa do Escopo Descritivo e Explanatório dos Principais Modelos de Internacionalização de Empresas**. 30º Encontro Ampad, 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-esob-0607.pdf>> Acesso em 18 de maio de 2016

FAGUNDES, M. B. B.; Viana, C. C. O.; Sauer, L.; Figueiredo, J. C. **As estratégias de internacionalização da indústria brasileira de papel e celulose sob a ótica do paradigma eclético: estudo de caso da empresa Suzano Papel e Celulose**. Revista Ibero-Americana de Estratégia, v. 11, n. 3, p. 205-233, 2012. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/9391/as-estrategias-de-internacionalizacao-da-industria-brasileira-de-papel-e-celulose-sob-a-otica-do-paradigma-eclético--estudo-de-caso-da-empresa-suzano-papel-e-celulose>> Acesso em 22 de abril de 2016.

FREITAS, 2004; AMATUCCI; AVRICHIR, 2007 apud VIANNA, N. W. H.; ALMEIDA, S. R. **Decisão de Internacionalizar**. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM - v. 6, n. 2, p. 1-21, jul./dez. 2011. Disponível em: <[nternext.espm.br/index.php/internext/article/download/121/117](http://www.ternext.espm.br/index.php/internext/article/download/121/117)> Acesso em 15 de abril de 2016.

IBGE. **Curiosidades**. Disponível em: <<http://7a12.ibge.gov.br/voce-sabia/curiosidades/estados-mais-populosos.html>> Acesso em 05 de dezembro de 2015.

KOVACS, Erica P.; MORAES, Walter F.; OLIVEIRA, Brigitte R. **Redefinindo Conceitos: Um ensaio teórico sobre os conceitos-chave das teorias de internacionalização. Ensaio – Globalização e Internacionalização de Empresas**. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 14, n. especial, p. 17-29, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36579>>. > Acesso em 22 de abril de 2016.

SEBRAE. **Internacionalização da Micro e Pequenas empresas – Primeiro Workshop**. 2006. Disponível em:

<[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/0668E0CB9B40E54083257546007516ED/\\$File/NT0003DBDA.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/0668E0CB9B40E54083257546007516ED/$File/NT0003DBDA.pdf)> Acesso em 10 de janeiro de 2015.

SEBRAE. **Panorama da MPes paulistas 2015**. Disponível em:

<http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mpes_numeros/book%20de%20pesquisas_mpes%20paulistas_2015_web_v3.pdf> Acesso em 03 de dezembro de 2015.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Sebrae, 2014. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>> Acesso em: 15 de janeiro de 2015.

SEBRAE. **Os negócios promissores em 2015**. Outubro, 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/os-negocios-promissores-em-2015,01d1d4ebd37ca410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso 04 em novembro de 2016.

SEBRAE. **As Pequenas Empresas do Simples Nacional.** 2011 Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/As_pequenas_empresas_SN.pdf> Acesso 04 em novembro de 2016.

VIANNA, N. W. H.; ALMEIDA, S. R. **A decisão de internacionalizar.** Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 1-21, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://internext.espm.br/index.php/internext/article/viewArticle/121>> Acesso em 05 maio de 2016

7. ANEXOS

Questionário de Pesquisa

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA PARA EMPRESAS – INICIAÇÃO CIENTÍFICA

1. IDENTIFICAÇÃO DO PESQUISADO

1. Razão Social:

2. Nome Fantasia:

3. Localização:

4. Ramo de Atividade:

5. Porte da empresa:

Micro

Pequena

Média

1. Nome do responsável pelas informações:

2. Cargo:

3. E-mail:

4. Telefone:

2. INFORMAÇÕES SOBRE AS EXPORTAÇÕES

1. A empresa já realizou operações de exportação?

Sim

Não

1. Exporta atualmente?

Sim

Não

2. Exporta há quanto tempo?

0 – 2 anos

3 – 5 anos

mais de 5 anos

3. A forma utilizada para exportação é/era direta ou indireta?

Direta Indireta

4. Quanto as exportações representam do faturamento da empresa?

Até 5% de 6% a 15% 16% a 25% 26% a 50% >50%

5. Para quantos países a empresa exporta?

R:

1. Quais os principais mercados compradores?

Ásia

Europa

USA

América Latina

África

Outros: _____

3. INFORMAÇÕES SOBRE AS MOTIVAÇÕES À INTERNACIONALIZAÇÃO

1. Quais foram os fatores de motivação à internacionalização da empresa?

Possibilidade de ter acesso a novos mercados

Alternativa ao aumento da concorrência no mercado interno

Contato de empresas estrangeiras interessadas em comprar o produto

Possibilidade de ampliação dos lucros

Visão estratégica empreendedora dos gestores

Incentivos de órgãos governamentais

Outros: _____

4. INFORMAÇÕES SOBRE OS PROGRAMAS DE INCENTIVO A INTERNACIONALIZAÇÃO

1. Tem conhecimento de alguma entidade/programa voltado a incentivar a internacionalização das empresas?

() Sim () Não

Se sim, quais?

R:

1. Já contou com a colaboração de alguma entidade/programa de apoio à internacionalização?

() Sim () Não

Se sim, quais?

R:

5. ESTRATÉGIAS INICIAIS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

2. Quais as estratégias iniciais utilizadas para o processo de internacionalização?

() Exportação direta

() Exportação indireta

() Venda de franquia no exterior

() Instalação de filial no exterior

() Estabelecimento de representante legal no exterior

() Utilização de cooperativa ou consórcio de exportação

() Uso do Networking dos gestores

Outros: _____

6. QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS BARREIRAS ENCONTRADAS?

- () Logística interna
- () Aceitação do produto
- () Falta de conhecimento sobre o mercado
- () Funcionários qualificados para gerir as atividades relacionadas a exportação
- () Variação da taxa de câmbio
- () Canais de distribuição complexos
- () Dificuldade de identificar e contatar clientes potenciais
- () Barreiras práticas e negócios internacionais
- () Barreiras de procedimentos
- () Dificuldade em encontrar parceiro externo

Outros: _____

Link: <http://goo.gl/forms/dvyhfOiVZG0PLq6j1>



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
DE PARTICIPAÇÃO DE PESQUISA

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

São Paulo, de de 2016

Curso/Unidade: Administração com linha de formação específica em Comercio Exterior – Campus Santo Amaro _____

Título da pesquisa/estudo: **Estratégias de internacionalização de micro e pequenas empresas paulistas**

Nome do pesquisador (es): Nayara Cândido Lourenço

Nome do Orientador: Prof. Dr. Donizetti Leônidas de Paiva

Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa acima. Sua participação será voluntária e a qualquer momento você poderá desistir. Assim como há liberdade para aceitar, há também liberdade para recusar sua participação, sem qualquer prejuízo pessoal.

Para que você possa decidir, os objetivos desta pesquisa são: identificar os principais fatores de motivação, os incentivos e as estratégias que levam micro e pequenas empresas paulistas a buscarem o processo de internacionalização

Para atingir estes objetivos, os procedimentos que serão utilizados envolvem: Pesquisa exploratória bibliográfica e pesquisa de campo, através de questionário semiestruturado, que será submetido a gestores de micro e pequenas empresas.

Os possíveis riscos envolvidos com estes procedimentos são:

a) para você: Nenhum, pois os dados serão analisados juntamente, assegurando a privacidade de todas as informações fornecidas.

b) para a entidade na qual trabalha: Nenhum, pois os dados coletados não serão divulgados individualmente, assegurando a privacidade da empresa para qual trabalha.

Por outro lado, os benefícios esperados são: A contribuição para um trabalho acadêmico que possa vir a ser publicado, auxiliando terceiros devido à riqueza de conhecimentos adquiridos.

Ressaltamos que os resultados desta pesquisa serão divulgados no meio científico **()havendo ou (X)sem haver** a possibilidade de sua identificação em função do método adotado. Todavia sua privacidade está garantida quanto aos dados considerados confidenciais.

Se você considera que as informações aqui apresentadas são suficientes para esclarecer os objetivos, os procedimentos, os riscos e os benefícios de sua participação na pesquisa, e se você concorda em participar, assine a declaração abaixo.

Dados do Participante da Pesquisa

<p>Nome:</p> <p>RG nº.</p> <p>Telefone nº.(11)</p> <p><i>Declaro estar informado sobre os objetivos, método, riscos e benefícios desta pesquisa e concordo em dela participar.</i></p> <p>São Paulo, ____ de ____ de 2016_____</p> <p><i>Data /Assinatura</i></p>
--

A composição de carteira teórica e a relevância dos Índices da Bolsa na tomada de decisão

The composition of the financial stocks portfolio and the relevance of the Stock Indexes in the decision-making

Vagner de Amorim Palomares, Rubia Maria Cardoso De La Paz Arias

Centro Universitário Senac

{vagnerpalomares@yahoo.com.br, rubia.arias.prof@gmail.com.br}

Resumo. Este artigo visa analisar três índices da Bolsa e comparar com uma carteira teórica. Através de critérios de seleção de papéis relevantes para investimento, a carteira montada pressupõe trazer uma maior flexibilidade de operação e, conseqüente, benefício de gestão dos resultados de investimento. O período escolhido para avaliação dos resultados representa o triênio, entre 2013 a 2015. A pesquisa busca desenvolver resultados e avaliar qual foi a rentabilidade e os movimentos dos índices da Bolsa comparada à carteira montada, considerando ambiente de instabilidade do mercado em virtude das crises financeiras do período estipulado. Dentro das ofertas de Índices da Bovespa há um portfólio vasto de produtos, entre as quais, os escolhidos para a pesquisa - Índice de Governança Corporativa, Índice de Sustentabilidade e Índice de Dividendos – por serem inovadores e sintonizados como as tendências do mercado financeiro. A relevância do estudo se justifica pela proposta de definição de critérios para formação de carteira teórica, aplicando técnica em selecionar empresas atuante dentro de índices e de diversificado segmento. A pesquisa pretende responder ainda se é melhor montar uma carteira de ações escolhendo aleatoriamente alguns papéis de setores específicos da economia ou optar em comprar ações formando uma carteira baseada em empresas de segmentos diferente participantes de índices estruturados pela BM&FBovespa. A pesquisa pressupõe que ao formar carteira própria, seria indicado selecionar algumas ações de diferentes setores da economia.

Palavras-chave: Índices da Bolsa, Sustentabilidade, Governança Corporativa, Dividendos, Mercado de ações.

Abstract. *This article aims to analyze three stock market indices and compare them with financial stocks portfolio. The period chosen for the evaluation of results represents the triennium between 2013 and 2015. The research seeks to evaluate the profitability and movements of the stock market indices compared to the portfolio, considering the environment of market instability due to the financial crises of the stipulated period.*

Within the Bovespa Index offerings, there is a vast portfolio of products, including those chosen for research - the Corporate Governance Index, the Sustainability Index and the Dividend Index - for being innovative and tuned as the financial market trends. The relevance of the study is justified by the proposal of definition of criteria for the formation of financial stocks portfolio, applying technique in select companies acting within indices and diversifying segment.

Key words: *Stock Market Indices, Sustainability, Corporate Governance, Dividends Yield, Stock Market.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento

Vol. 6 nº 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional 

1. Introdução

Devido à volatilidade da economia o mercado de ações deixou de ser divulgado e promovido por longo tempo. A maioria das instituições financeiras no Brasil tem dificuldades em promover o mercado de capitais, sendo visto por muitos como algo complexo e difícil de entender.

Nos anos 1990 a Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa), em virtude de uma maior estabilização macroeconômica, presenciou um grande aumento no seu volume de negócios promovido por investidores locais e estrangeiros, agregando o surgimento de uma variedade de novos produtos para diversificação de carteiras aos investidores.

A demanda por novos produtos aumentou a partir dos anos 2000 e a BM&FBovespa lançou índices como o de sustentabilidade, governança e dividendos, compostos por vários papéis de ações com histórico de credibilidade no mercado financeiro. O intuito era trazer produtos inovadores e bem aceitos no mercado financeiro mundial, visando mitigar os riscos dos investidores, diversificando e alocando melhor seus recursos.

Observa-se, entretanto, que existe um ambiente de investidores mais leigos que deixam de considerar os critérios dos índices na formação de sua carteira teórica e atrelam papéis à sua carteira de ações fora destes índices, fixando o capital por segmentos emergentes de mercado.

Ao potencializar a seleção das ações considerando as empresas estruturadas pelo Índices da BM&FBovespa - que passa por estudos sobre a estrutura das empresas, além de acompanhamento de seus balanços e do mercado em que atuam, monitora a participação regular com critérios econômicos e organizacionais globais - haveria um melhor processo de gestão do risco e uma maior garantia de critérios que repercutem em retorno viável ao investimento. O intuito é construir um caminho que o investidor consiga se apropriar desse *know-how* e obter mais segurança da formulação da carteira de ações própria.

O presente artigo visa analisar e comparar a rentabilidade de alguns índices da Bolsa com uma carteira montada com dados no último triênio (ano 2013 a 2015). Na seleção das ações forma-se partilha do investimento entre os segmentos de entidade financeiras, da construção civil, matérias/químicos e setor energia elétrica. Com a pesquisa foi possível verificar a importância da análise individual de cada uma das ações. A escolha da carteira própria tomará como uma das premissas a diversificação na seleção de até cinco ações de setores diferentes da economia, sendo empresas que estejam em participação em índices da Bolsa.

Através das análises da evolução histórica do último triênio (2013-2015) pretende responder a seguinte indagação: seria melhor montar uma carteira de ações escolhendo aleatoriamente alguns papéis de setores específicos da economia ou optar em comprar ações formando uma carteira baseada em empresas participantes de índices estruturados pela BM&FBovespa?

A pesquisa pressupõe que ao formar carteira própria, seria indicado selecionar algumas ações de diferentes setores da economia. Ao promover uma diversificação da carteira, haveria influências positivas nos resultados do retorno do investimento e consequentemente menor risco. Além disso, alinhar uma carteira de ações própria com número reduzido de empresa na sua composição, atrelando às empresas que passam por crivo de ingresso em índices da Bolsa, isso potencializa uma rentabilidade maior do que ao aplicar todo capital apenas em um índice estruturado pela Bolsa.

Observa-se que os índices estruturados da Bolsa têm grande volume e abrangência diversa de segmento de seus participantes, gerando uma pulverização das cotas investidas, diminuindo a gestão ativa das empresas.

Ao optar por escolha das ações avulsas é permitido dar mais ênfase em segmentos relevantes e propiciar a qualidade na seleção, além de dar mais poder de decisão individual objetivando melhores retornos.

O artigo tem como objetivo a montagem de uma carteira de ações baseada em cinco papéis de diferentes segmentos da economia, priorizando as *Blue Chips*, ou seja, as ações consideradas denominadas de primeira linha, com alta liquidez e ações que estão atreladas a empresas de grande porte. Após o método de formação da carteira própria, as análises dos resultados pretendem comparar a carteira formada e os índices da BM&FBovespa, avaliando qual apresenta maior rentabilidade no triênio (2013-2015).

Segundo Markowitz (1952) há um caminho possível na combinação eficiente de alocação de recursos, melhorando a avaliação e compensação do risco dos ativos que compõe a carteira, propiciando um ambiente mais rentável aos investimentos.

2. Referencial Teórico

A Teoria Moderna de Carteiras proposta por Markowitz (1952) apresenta conceitos de seleção e avaliação de investimento diversificando e melhorando a relação risco e retorno. Para Sharpe (1964) havia um complemento aos conceitos abertos por Markowitz, refere-se ao Modelo de Precificação de Ativos de Capital – CAPM, no qual adiciona ao conceito uma nova ferramenta mitigando os riscos.

De acordo com Sharpe et al. (1995, p. 262), as principais premissas adotadas por Markowitz para a construção de sua teoria foram as seguintes:

Os investidores avaliam as carteiras apenas com base no retorno esperado e no desvio padrão dos retornos em dado período; são avessos ao risco; são racionais, sempre escolhendo a carteira de maior retorno dentre as carteiras de mesmo risco.

2.1 Índices da Bolsa de Valores (BM&FBovespa)

O Índice é o resultado de uma carteira teórica de ativos, elaborada de acordo com os critérios estabelecidos e metodologia específica e representa a aplicação de valor (moeda corrente) em carteira de ações e utiliza procedimentos e regras rigorosas com as tendências econômicas e de regulação mundial para administrar os participantes da carteira.

Na linha de sustentabilidade e governança corporativa a Bolsa destaca os produtos: Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGCx ou IGC) e outro produto interessante de indicador por segmento denominado Índice de Dividendos (IDIV).

3. Método de Pesquisa

A metodologia usa o instrumento de comparação das vantagens de investimento entre dois ambientes comuns de atuação no mercado:

- .(1) escolha de índices estruturado oferecidos pela BM&FBovespa
- .(2) montagem de uma carteira teórica de ações, selecionando papéis de diferentes setores que representem o IBOV (índice Bovespa) para melhorar a rentabilidade.

Na proposta de escolha de produtos ofertados pela BM&FBovespa, os índices da Bolsa vão servir também para a seleção dos papéis que irão compor o critério de seleção da carteira teórica própria.

Dos produtos da Bolsa os índices selecionados são: Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), o Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC ou IGCx) e Índice de Dividendos (IDIV).

O método proposto permite a comparação entre os produtos de Índices da BMF&Bovespa e um carteira teórica montada.

Para a montagem da carteira de ações (carteira teórica própria) toma-se como premissa:

- Selecionar até cinco empresas, sendo ao menos duas do segmento financeiro e outras três de segmentos distintos. E o total de 5 amostras por representar a margem dentro de 50% do rol de amostras da tabela 1. Ao evitar exceder cinco papéis o controle se torna focado e diminuir ao investidor preocupações de impactos e riscos pertinentes aos mercados de ação com muitas variáveis;
- Montar a carteira com empresas que estejam participando em simultâneo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), o Índice de Governança Corporativa Diferenciada (IGCX) e do Índice de Dividendos (IDIV).

O artigo assume que a formação do índice da Bovespa, representado por entidades e órgão reguladores especializados, considera os fatores de relevância ao mercado financeiro, estrutura e consolida papéis que se adequam aos métodos e critérios de seleção rigorosos, repercutindo em seleta de coleção dos melhores papéis do mercado.

Ao filtrar apenas empresa participantes dos três indicadores (em simultâneo), surge a relação de 11 ações apresentada na Tabela 1. Dentre as quais cinco são selecionadas conforme o método proposto, sinalizadas na coluna "empresas selecionadas" da tabela.

TABELA 1 - EMPRESAS PARTICIPANTES DOS TRÊS INDICADORES SELECIONADAS PARA FORMAÇÃO DE CARTEIRA.

AÇÕES	SEGMENTO	IDIV		ISE		IGCX		Empresas Selecionadas
		Qtde. Teórica	Part. (%)	Qtde. Teórica	Part. (%)	Qtde. Teórica	Part. (%)	
AES TIETE E	Utilidade Públ / Energ Elétrica	180.923.473	1,33	154.604.297	0,84	271.385.209	0,29	
BRASIL	Financ e Outros / Interms Financs	1.225.996.313	14,18	190.765.305	1,64	2.451.992.626	4,14	Selecionada
BRASKEM	Mats Básicos / Químicos	264.585.722	2,99	264.585.722	2,22	264.585.722	0,47	Selecionada
CCR SA	Bens Indls/Transporte	861.253.436	6,73	861.253.436	5,00	1.722.506.872	2,02	
CEMIG	Utilidade Públ / Energ Elétrica	828.768.266	3,34	708.206.258	2,12	828.768.266	0,49	Selecionada
CESP	Utilidade Públ / Energ Elétrica	182.007.131	1,26	155.530.314	0,80	182.007.131	0,19	
COPEL	Utilidade Públ / Energ Elétrica	101.013.662	1,58	86.319.072	1,00	101.013.662	0,24	
ECORODOVIAS	Bens Indls/Transporte	198.961.859	0,83	198.961.859	0,62	397.923.718	0,25	
ENGIE BRASIL	Utilidade Públ / Energ Elétrica	203.848.707	3,62	174.194.568	2,30	407.697.414	1,07	
EVEN	Consumo Cíclico/Constr Civil	207.307.321	0,38	207.307.321	0,28	414.614.642	0,11	Selecionada
ITAUSA	Financ e Outros / Interms Financs	3.800.710.906	15,29	591.391.483	1,77	3.800.710.906	2,26	Selecionada
Participante dos três Índices		8.055.376.796	52	3.593.119.635	19	10.843.206.168	12	
Total Geral dos Índice		13.074.598.474	100	12.924.895.464	100	75.881.836.146	100	

Fonte: adaptada BMF&Bovespa (2016).

Para efeito de análise e reprodução de cenários de resultado para a comparação, a pesquisa propõe simular:

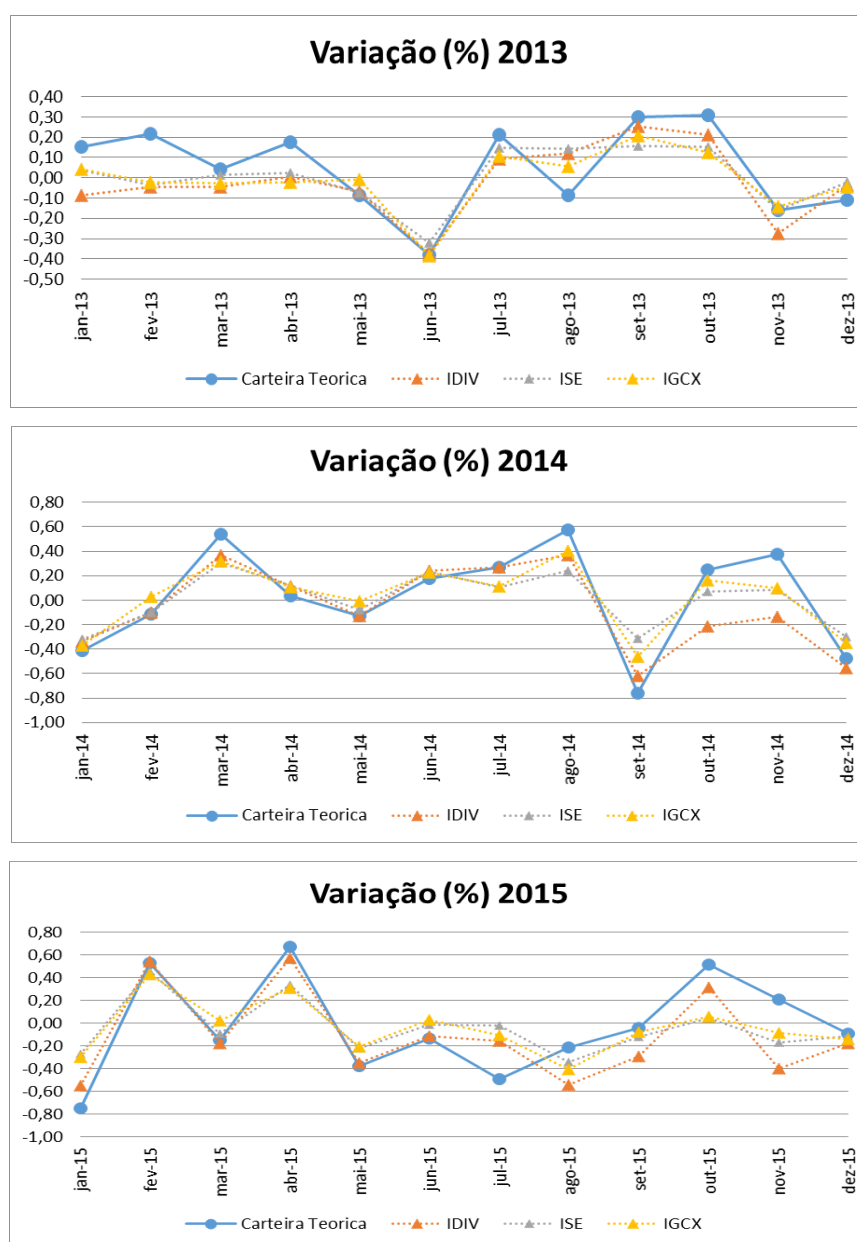
- Para cada Índices da Bolsa (de forma independente): o capital será investido independente da proporção de cada ação dentro da estrutura. Não é relevante no cenário de comparação o peso que cada ação possui dentro do índice, mas sim a sua composição. Ou seja, 100.000,00 para ISE, 100.000,00 para IGX e 100.000,00 para IDIV.
- Para a carteira teórica montada: aplicação dos R\$ 100.000,00 dividindo de forma igual em partes para as cinco empresas selecionadas.

O método permite entender como cada Índice da Bolsa se comporta no triênio e comparar seus resultados com a carteira de ações montada na pesquisa.

4. Resultado e Análise

A série histórica de cotações é apresentada em preços dos títulos negociados na Bolsa entre os anos de 2013 a 2015, em moeda e forma de cotação da época, sem ajuste para a inflação ou proventos distribuídos pelas empresas emissoras. Para credibilidade da emissão e análise da pesquisa as informações foram extraídas no site oficial da BM&FBovespa (2016).

GRÁFICO 1 – VARIAÇÃO MÉDIA MENSAL DO TRIÊNIO.



Fonte: elaborado pelos autores.

4.1 Análise 1 - a partir do momento ótimo de compra e venda

A proposta de melhor cenário (compra na baixa e venda em alta) reproduz um ambiente de investimento atípico, por muitos especialistas considerado irreal. Mas a reprodução aqui apresentada pretende expor a possibilidade de aplicação da técnica de mercado em administrar ordens Stop Gain (permite administrar ganhos com as ações) e Stop Loss (atua para limitar prejuízos).

A Tabela 2 apresenta os resultados dos três indicadores (Índices da Bolsa), considerando a compra em baixa no ano de 2013 – melhor oportunidade de compra- e a venda em alta de 2015 – representando o momento favorável para retorno no investimento.

TABELA 2 – RESULTADOS DOS ÍNDICES DA BOLSA NO TRIÊNIO (Análise 1).

Carteira Teórica Montada	IDIV	ISE	IGCx	Fórmula Aplicada
a) Investimento	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00	
b) Conta de Ações adquiridas em 2013	34	47	14	Cenário compra = (a)/(d)
c) Venda na média 2015	R\$ 104.650,16	R\$ 125.806,66	R\$ 126.333,24	Cenário Venda = (b)*(e)
Oscilação Período	4,65%	25,81%	26,33%	
d) Ano 2013 Mínimo	2980,11	2145,88	6956,15	
e) Ano 2015 Máximo	3118,69	2699,66	8787,93	

Fonte: elaborada pelos autores com dados adaptados BMF&Bovespa (2016).

A Tabela 3 apresenta os resultados das ações de cinco empresas propostos para a Carteira Teórica Montada, considerando a compra em baixa no ano de 2013 – melhor oportunidade de compra- e a venda em alta de 2015 – representando o momento favorável para retorno no investimento.

Tabela 3 – Resultado do Desempenho da Carteira Teórica Montada no Triênio (Análise 1).

Carteira Teórica Montada	Banco do Brasil	Brasken	Even	Itaúsa	Cemig	Fórmula Aplicada
a) Investimento	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	
b) Conta de Ações adquiridas em 2013	1.088	1.502	2.899	2.999	1.795	Cenário compra = (a)/(d)
c) Venda na média 2015	R\$ 27.884,72	R\$ 39.669,67	R\$ 14.608,70	R\$ 27.916,04	R\$ 26.283,66	Cenário Venda = (b)*(e)
Oscilação Período	39,42%	98,35%	-26,96%	39,58%	31,42%	Oscilação da Carteira 36,36%
d) Ano 2013 Mínimo	18,39	13,32	6,90	6,67	11,14	
e) Ano 2015 Máximo	25,64	26,42	5,04	9,31	14,64	

Fonte: elaborada pelos autores com dados adaptados BMF&Bovespa (2016).

Nas tabelas 2 e 3 são apresentadas a coluna “fórmula aplicada” que demonstra os cálculos aplicados para simulação das ações. Na linha “oscilação Período”, indica-se o retorno em porcentagem do capital investido para cada ação no triênio.

Em destaque (tabela 3) há uma coluna em verde que demonstra a oscilação geral da Carteira Teórica montada.

Observando e comparando com os resultados dos índices (tabela 2), o IGCX com 26,33% representou o de melhor desempenho. Entretanto a Carteira Teórica (tabela 3) há expressivo acréscimo no retorno do investimento, repercutindo em até 10 pontos percentuais maior retorno quando comparado aos índices (no triênio).

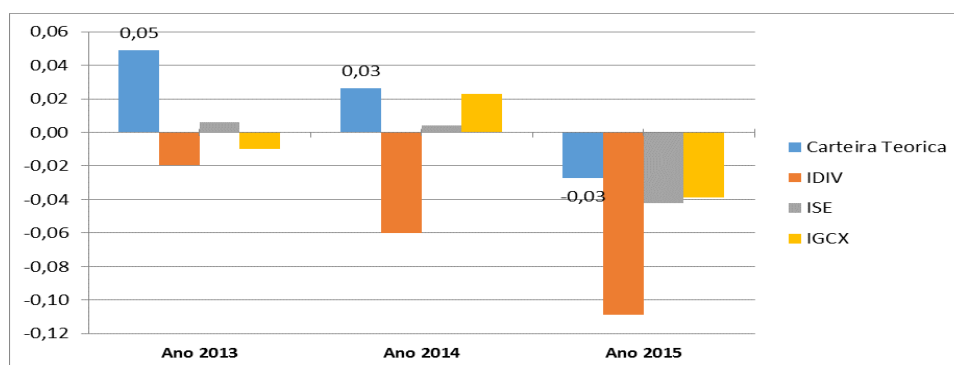
4.2 Análise 2: a partir das médias por período

A análise em pontos médios do triênio visa construir uma estrutura mais real de aproximação de compra e venda de ações. Considerando que o método anterior é praticamente impossível uma vez que a previsão do melhor cenário compra e venda de produtos financeiros é improvável sem robusta técnica e gestão de mercado.

Dessa forma a pontuação média poderia construir uma contraprova de avaliação comparativa entre aplicação em índices da bolsa ou composição de carteira de ações própria.

No Gráfico 2 percebe-se a queda considerável das variações comparando os anos de 2013 e 2015. Situação que demonstra a realidade nacional e mundial de crise e instabilidade econômica impactando em mercado financeiro. Mas observa-se que os índices versus a carteira teórica proposta pelo artigo há um melhor resultado e desempenho na carteira teórica.

GRÁFICO 2 – VARIAÇÃO EM PERCENTUAL MÉDIA ANUAL



Fonte: elaborada pelos autores.

A Tabela 4 apresenta os resultados dos três indicadores (Índices da Bolsa), considerando a média da variação dos índices dos períodos para compra em 2013 e a venda em 2015 representando o cenário médio de retorno do investimento.

Tabela 4 – Resultados dos índices da Bolsa no Triênio (Análise 2).

Carteira Teórica Montada	IDIV	ISE	IGCx	Fórmula Aplicada
a) Investimento	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	
b) Conta de Ações adquiridas em 2013	6	8	3	Cenário compra = (a)/(d)
c) Venda na média 2015	R\$ 14.934,65	R\$ 19.774,76	R\$ 20.279,32	Cenário Venda = (b)*(e)
	IDIV	ISE	IGCx	
Oscilação Período	-25,33%	-1,13%	1,40%	
d) Ano 2013 Média	3369,95	2415,81	7753,73	
e) Ano 2015 Média	2516,45	2388,60	7862,02	

Fonte: elaborada pelos autores com dados adaptados BMF&Bovespa (2016).

A Tabela 5 apresenta os resultados das ações de cinco empresas propostos para a Carteira Teórica Montada, considerando os valores médios das ações dos períodos de compra em e a venda em 2015.

Tabela 5 – Resultado do Desempenho da Carteira Teórica Montada no Triênio (Análise 2).

Carteira Teórica Montada	Banco do Brasil	Brasken	Even	Itaúsa	Cemig	Fórmula Aplicada
a) Investimento	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	
b) Conta de Ações adquiridas em 2013	870	1.218	2.357	2.491	1.470	Cenário compra = (a)/(d)
c) Venda na média 2015	R\$ 16.816,66	R\$ 17.973,21	R\$ 8.915,96	R\$ 18.462,10	R\$ 14.400,32	Cenário Venda = (b)*(e)
Oscilação Período	-15,92%	-10,13%	-55,42%	-7,69%	-28,00%	Oscilação da Carteira -23,43%
d) Ano 2013 Média	22,98	16,42	8,49	8,03	13,60	
e) Ano 2015 Média	19,33	14,76	3,78	7,41	9,80	

Fonte: elaborada pelos autores com dados adaptados BMF&Bovespa (2016).

Nas tabelas 4 e 5 são apresentadas a coluna "fórmula aplicada" que demonstra os cálculos aplicados para simulação das ações.

Observa-se que em valores de média das cotações e variações das ações o resultado apresentou oscilação negativa para a carteira teórica e para dois índices da bolsa (IDIV e ISE). O ano de crise em 2015 representou marcas de pontuação na bolsa muito oscilante de fechamento das variações e valores de ações, representado em média negativas para o período e impactando nos resultados quando aplicado média do período.

5. Conclusão

A pesquisa prezou comparar as vantagens de investimento entre dois ambientes comuns de atuação no mercado:

- (1) entre a escolha de produtos oferecido por centro de negociação com ações, BM&FBovespa – os Índices da Bolsa;
- (2) e a proposta em estruturar um processo de montagem de uma carteira teórica própria que permita selecionar os papéis de expressividade no mercado para gerar resultados atraentes aos investidores.

A montagem da Carteira Teórica demonstrou trazer benefícios, pois há a flexibilidade para a tomada de decisão em momentos oportunos em que o mercado está a favor de cada ação da Carteira Teórica.

Apesar de sabido que comprar na mínima e vender na máxima é algo improvável para impossibilidade de tal previsão, há a flexibilização do gestor, com o poder de administrar ordens *Stop Gain* e *Stop Loss*, administrar ganhos com a carteira e limitar prejuízos para cada ação.

O portfólio montado pelo gestor pode em algum momento surpreender com o ganho exponencial de algumas ações de um determinado setor, a importância de diversificar ser considerada para a carteira. Em mudança repentina de cenário pode surtir efeito instantâneo no preço de determinadas ações escolhidas e com isso mudar o ganho médio da carteira. A diversificação possibilita a especulação de multisetores mitigando risco de aplicação em um único segmento.

A importância de diversificar se dá ao fato dos recursos estarem repartidos em diversos setores com influencias distinta no mercado. Observa-se similar técnica na montagem de índices estruturados pela bolsa, que tem a participação das ações e um rateio dos recursos na Carteira Teórica

Através das análises da evolução histórica do último triênio (2013-2015) conclui-se indicado a aplicação em carteira teórica montada optando em comprar ações baseada em empresas participantes de índices estruturados pela BM&FBovespa e de segmentos diferente.

A pesquisa consolidou que ao formar carteira própria, ao selecionar algumas ações de diferentes setores da economia e com base em empresa participante de índices da bolsa atrelando às empresas que passam por crivo de ingresso em índices da Bolsa, isso potencializa uma rentabilidade maior do que ao aplicar todo capital apenas em um índice estruturado pela Bolsa.

Observa-se que os índices estruturados da Bolsa têm grande volume e abrangência diversa de segmento de seus participantes, gerando uma pulverização das cotas investidas, diminuindo a gestão ativa das empresas.

Ao optar por escolha das ações avulsas é permitido dar mais ênfase em segmentos relevantes e propiciar a qualidade na seleção, além de dar mais poder de decisão individual objetivando melhores retornos.

Referências

BORGES, Diogo L. **Índice de dividendos rende o triplo do Ibovespa em 6 anos e é opção para juro baixo**. InfoMoney. 2012. Acessível em: <<http://www.infomoney.com.br/onde-investir/acoes/noticia/2550641/indice-dividendos-rende-triplo-ibovespa-anos-opcao-para-juro-baixo>>. Acesso em: 20 out. 2016.

BM&FBovespa. **BM&FBovespa Produtos Índice**. Acessível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/>. Acesso em: 13 out. 2016.

BM&FBovespa. **BM&FBovespa Institucional**. 2016. Acessível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/institucional/>. Acesso em: 13 out. 2016.

MARKOWITZ, Harry M. **Portfolio selection**. Journal of finance, n. 1, v. 7, p.77-91. mar. 1952.

SHARPE, Willian F.; ALEXANDER, Gordon J.; BAILEY, Jeffery V. **Investments**. 5 ed. New Jersey: Prentice Hall, 1995. 1058 p.

SHARPE. Willian F. Capital Asset prices: **A Theory of Market Equilibrium under conditions of Risk**. Journal of finance, v. 19, p. 425-42, 1964.

Educação inclusiva e alunos com Transtornos Globais do Desenvolvimento: práticas pedagógicas na classe comum

Inclusive education and students with Global Development Disorder: pedagogical practices in the regular classroom

Ayrton Lambert, Andrea de Alencar Kasteckas, Karin Pfannemüller Gomes, Marina Bacigalupo Martins, Prof. Me. Rosanna Claudia Bendinelli

Centro Universitário SENAC – Campus Santo Amaro
Licenciatura em Pedagogia – Diretoria de Graduação

{ayrtonlambert@hotmail.com; deakasteckas@gmail.com; karin.pgomes@sp.senac.br; ninabacigalupo@gmail.com; rosanna.cbendinelli@sp.senac.br}

Resumo. A educação é um direito humano constitucionalmente garantido a todos os alunos independente de suas especificidades, contudo, há ainda muitas dúvidas e angústias por parte dos educadores aos receberem em sua sala de aula, alunos público-alvo da educação especial. Este trabalho é o resultado de uma pesquisa qualitativa que se valeu de análise bibliográfica e estudo de caso, na qual foi observada e analisada a ação docente e as demais relações implicadas no ambiente escolar com vistas à inclusão de um aluno com autismo na classe comum de uma escola municipal de São Paulo. Os objetivos da pesquisa foram identificar se havia práticas inclusivas com vistas à aprendizagem desse aluno e como as mesmas eram garantidas. Como resultados pôde-se observar que a mobilização do aluno em direção à superação das dificuldades de socialização e comunicação ocorreu na medida em que a professora se dispôs a pesquisar sobre o tema do autismo e passou a identificar as especificidades, sentimentos, limitações e avanços de seu aluno, elaborando estratégias de intervenção voltadas às suas necessidades educacionais especiais.

Palavras-chave: Transtorno global do desenvolvimento, educação inclusiva, educação especial

Abstract. Education takes place within the context of human relationships, which, although complex, are a key element in the teaching-learning process inherent in human development. Within the school, the relationship between teacher and student, based on listening and exchange of mutual knowledge, has a major role in the shaping of autonomous individuals and in the expansion of knowledge and citizenship. This work is the result of a qualitative research which was based on bibliographic analysis and case study, by observing and analyzing the teaching action as well as other variables involved in the school environment in the perspective of inclusion of a student with autism in the regular classroom of a municipal school in São Paulo. The general objective of the research was to identify if there were inclusive practices in this classroom, to analyze how these practices were performed, as well as the intervention of the teacher in charge; the ways that the student participates in school and social activities; the possible teaching strategies for school inclusion. As a result, it can be observed that the student's initiative towards overcoming the difficulties of socialization and communication occurred as the teacher set out to research on the subject of autism and began to identify the specificities, feelings, limitations and progress of the student, and ultimately developing intervention strategies geared to his true educational needs.

Key words: *the pervasive Developmental disorders, autism spectrum, strategies of learning.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento
Vol. 6 nº 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>
E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional 

Introdução

As relações humanas, embora complexas, são peças fundamentais na realização pessoal, acadêmica e profissional de um indivíduo.

A relação empática que se dá entre professor e aluno baseia-se na capacidade de ouvir, refletir e discutir mutuamente os saberes, pois a construção do conhecimento é coletivo e gradual. Nesse sentido, entre as dificuldades encontradas pelos professores na prática de seu ofício encontra-se o estabelecimento da relação de confiança entre professor e aluno, bem como entre os diferentes profissionais de uma mesma escola.

Ao se afirmar que o professor deve atuar de forma a incentivar a autonomia, a construção do conhecimento e a formação para a cidadania de seus alunos, compreende-se que o mesmo deve conhecer, para além das Teorias de Aprendizagem, as habilidades, dificuldades, competências e limitações das suas crianças para proporcionar seu desenvolvimento social e acadêmico.

Nesse sentido, muitas dúvidas pairam no que se refere à aprendizagem com qualidade e equitativa para todos, por isso um estudo sobre as práticas inclusivas em escolas regulares junto a alunos público-alvo da educação especial, quais sejam, com deficiência, Transtorno Global do Desenvolvimento (TGD) e altas habilidades/superdotação, é essencial e constitui-se um campo amplo e complexo, envolvendo aspectos sociais, culturais, psicológicos e, principalmente, pedagógicos. Além desses aspectos e não menos importante, encontram-se os estudos sobre as políticas públicas de educação inclusiva e como estas são garantidas na escola regular.

Nesse sentido, o presente trabalho apresenta uma pesquisa realizada no curso de Pedagogia, do Centro Universitário Senac, por ocasião da disciplina denominada Projeto Integrador V, cujo objetivo é, por meio da investigação, articular as diversas disciplinas estudadas, com vistas à análise da prática docente no Ensino Fundamental I.

Tendo em vista os apontamentos acima, a ação docente analisada foi a de uma professora do primeiro ano do Ensino Fundamental I que contava com um aluno com autismo em sua sala de aula, em 2016.

O objetivo geral da pesquisa foi identificar se havia práticas inclusivas nessa sala e os específicos, analisar:

- A mediação da professora regente da sala;
- As maneiras que o aluno participava das atividades escolares e sociais e
- As possíveis estratégias docentes para inclusão escolar.

Tratou-se de uma pesquisa qualitativa, valendo-se de análise bibliográfica e estudo de caso. Justifica-se a utilização do estudo de caso, pois os “[...] modelos investigativos sugerem que o investigador esteja no trabalho de campo, faça observações, emita juízos de valor e que analise [...]”, direcionando aspectos da investigação. A realidade do Estudo de Caso não pode ser descoberta, nem controlada, “[...] mas sim interpretada e construída” (MEIRINHOS; OSÓRIO, 2010, p. 51).

A análise de um estudo de caso de um aluno com autismo na rede pública de São Paulo levantou questões sobre o papel do professor nas estratégias desenvolvidas para a inclusão do aluno na rotina escolar; envolvimento do aluno no âmbito social; e conhecimentos específicos sobre as necessidades educacionais especiais do aluno.

Dessa forma, ao articular o referencial teórico da educação inclusiva, com o estudo de caso, ele torna-se uma estratégia de investigação de algo definido, como um indivíduo, buscando uma lógica sucessiva de recolhimento, análise e interpretação dos dados obtidos. Os autores Meirinhos e Osório, citando Stake (2010, p 54) também ressaltam a

possibilidade de extrair generalizações por meio do estudo de caso, desde que especificado determinado contexto:

[...] dos casos particulares, as pessoas podem aprender muitas coisas que são gerais. Fazem-no, na parte, porque estão familiarizadas com outros casos, aos quais acrescentam o novo e, assim, formam um conjunto que permite a generalização, uma oportunidade nova de poder modificar antigas generalizações.

Embora a ideia de observação participante e não participante não seja absoluta, pois ainda há divergências entre aplicação e graus de implicação por parte do observador, entende-se que o observador não é um mero espectador. O observador pode, portanto, interagir ou mesmo influenciar nos acontecimentos, ainda que sua participação seja variável, "baixa em alguns momentos e, noutros momentos, ser mais alta." (MEIRINHOS; OSÓRIO, 2010, p.61)

Para realização do presente trabalho, a observação foi realizada pela aluna Marina Bacigalupo Martins, acompanhando a Professora¹ da sala regular. A pesquisa e análise teórica foi realizada pelos demais alunos do grupo, culminando com a elaboração do trabalho base para o presente artigo.

Foi utilizada também a técnica de entrevista estruturada, para a qual foi elaborado previamente um roteiro de questões levantadas pelo grupo de pesquisa² que embasou a investigação, bem como a articulação entre teoria e prática. A entrevistada, a saber: Professora, teve o conhecimento das questões via endereço eletrônico e pode respondê-las tanto eletronicamente, quanto pessoalmente, porém a mesma preferiu responder apenas virtualmente, o que não possibilitou ao grupo levantar outras questões, além das que estavam previamente elencadas.

A presente investigação se deu no primeiro semestre de 2016, em uma Escola Municipal de Ensino Fundamental (Emef), situada na Zona Sul de São Paulo³, a qual atendia 1.410 alunos entre Educação de Jovens e Adultos (EJA) e Ensino Fundamental I e II. A referida escola possuía 23 salas de aula e uma média de 30 alunos em cada. Além das salas, a estrutura da escola contava com uma área de refeitório, laboratório de informática, sala de leitura, quadra de esportes coberta, quadra de esportes descoberta, pátio coberto e pátio descoberto. Com relação à acessibilidade, a escola não contava com rampas de acesso ou elevador, pelo contrário, os alunos precisavam subir escadas para acessarem as salas de aula.

Além do aluno observado, a escola contava com outros também parte do público-alvo da educação especial, contudo não foram obtidos os dados sobre esses educandos.

Vale destacar que o tema educação inclusiva é um dos mais importantes que tem sido discutido atualmente quando se discute sobre a universalização do ensino no Brasil, uma vez que este é um direito social básico constitucionalmente assegurado (BRASIL, 1988, art.205).

Portanto, a pesquisa realizada visa contribuir com as discussões e análises sobre políticas e práticas inclusivas no âmbito da educação pública.

¹ Denominada somente "Professora", pois será ocultado o seu real nome, evitando sua exposição, atendendo os princípios éticos.

² Os Integrantes do Grupo de Pesquisa foram: Andrea de Alencar Kasteckas; Ayrton Lambert, Karin Pfannemuller Gomes, Keide Pereira Vieira, Laila Valentim Reis, Marcelo da Silva Gonçalves e Marina Bacigalupo Martins sob a orientação da Profa. Me. Rosanna Claudia Bendinelli e da tutora Vera Lucia Brito Furtado.

³ O nome e localização da escola foram ocultados, evitando a exposição do aluno, atendo aos direitos à Criança e ao Adolescente, bem como aos princípios éticos, dessa forma, todos os nomes doravante serão fictícios.

1. Breve Histórico

O termo "autismo" foi utilizado pela primeira vez em 1911 por Bleuler designando a "perda de contato com a realidade e dificuldades de comunicação" (BRASIL, 2010, p.8).

Nos anos 40, os estudiosos se intrigaram com crianças que apresentavam "atitudes indiferentes em situações de trocas sociais" descrevendo o autismo pela primeira vez. Leo Kanner elaborou uma série de estudos com crianças destacando alguns aspectos peculiares sobre o autismo, dentre eles (BRASIL, 2010, p.9):

- Dificuldades nas relações sociais e afetivas;
- Mutismo, ecolalia, aparência de surdez em alguns casos;
- Capacidade rara de memorização de termos sem efeito prático;
- Problemas alimentares e hipersensibilidade ou fácil irritabilidade.

Aspenger, por sua vez, estudou crianças atendidas em Viena, publicando suas descobertas em 1944, somente em Alemão, com características muito parecidas com as apresentadas por Kanner, embora apresentando algumas diferenças básicas, acarretando atualmente em quadros distintos entre o autismo e a Síndrome de Aspenger.

Vale ressaltar que até meados da década de 1990 a educação de crianças com autismo foi majoritariamente segregada em classes e escolas especiais. As consequências observadas no que se refere à sua educação nesses ambientes foram diversas, como o isolamento e consequente solidão desses alunos com vistas à sua proteção, sem intervenções práticas ou com atendimentos individualizados, não cooperando para a socialização dessas crianças. Além disso, a falta de possibilidades na educação regular e a crença na teoria da "mãe geladeira", em que se atribuía a culpa do autismo à falta de amor materno, levou muitas famílias a educar seus filhos dentro de seus lares, acarretando na "desresponsabilização" do sistema escolar por essa área (BRASIL, 2010).

Foi com o desenvolvimento das pesquisas e com a compreensão dos transtornos classificados como TGD que novas abordagens clínicas e educacionais surgiram para o autismo. O isolamento passou a não ser entendido mais como um desejo do indivíduo a ser mantido pela superproteção dos pais; retirou-se do autismo o estigma de psicose infantil; e as famílias passaram a não ser mais culpadas por não terem dado afeto aos filhos. Da mesma forma, o mito de que apenas as famílias de alunos com autismo seriam capazes de atender suas necessidades foi aos poucos se desfazendo.

As mudanças na compreensão do autismo foram acompanhadas por avanços na área da educação inclusiva. Perraudeau (2009) analisou os processos de aprendizagem e suas estratégias, por ambos os vieses (aluno e professor), demonstrando como a dificuldade não é sentida apenas pelo aluno, mas também pelo professor

É interessante notar que André (2005) levanta questões sobre a importância do professor-pesquisador e, principalmente, como utilizar os dados obtidos em pesquisas próprias ou de outros autores para a melhoria das práticas em sala de aula. Com vistas à defesa da educação inclusiva e de que a mesma é um direito de todos os alunos, vejamos a seguir, seu papel na educação regular de alunos com autismo.

2. Educação Inclusiva e o Autismo

Independentemente das questões de ordem clínica, todos os alunos possuem direito à educação equitativa e de qualidade e que, portanto, todos os alunos têm direito de serem respeitados como sujeitos, cada um com sua especificidade, considerando seu laudo, mas não como condição *sine qua non* para sua aprendizagem, e sim como apenas mais uma informação dentre tantas outras. Ou seja, o aluno com autismo é, antes de tudo, um aluno.

Segundo a Lei 13.146/15 "Toda pessoa com deficiência⁴ tem direito à igualdade de oportunidades com as demais pessoas e não sofrerá nenhuma espécie de discriminação" (BRASIL, 2015, art. 4º). Portanto, para além da matrícula de alunos com TGD na classe comum, é necessária a equiparação de oportunidades com vistas à sua educação com garantia de aprendizagem.

Portanto, é fundamental que o professor entenda o perfil de cada criança da sua sala de aula, para poder adotar estratégias de atuação específicas e coletivas para o seu desenvolvimento. Ou seja, deve-se entender que o desenvolvimento de cada criança segue um ritmo diferente, assim como ocorre com qualquer aluno, independentemente de suas especificidades.

As autoras Sampaio e Sampaio (2009), apontam que o professor deve focar no potencial e na singularidade do aluno, sendo estes fatores fundamentais para o desenvolvimento da interação. Elas destacam também a importância de políticas públicas para a formação profissional de educação inclusiva, além do apoio humano especializado e material necessário para alcançar objetivos educacionais.

Nesse ínterim, vale ressaltar que a Resolução CNE/CEB nº 2 de 2001 (BRASIL, 2001), trouxe alguns avanços na educação no que se refere à formação docente, impulsionando a formação em pós-graduação na educação especial sugerindo que a escola deve se adaptar e atender às necessidades do aluno com deficiência. Já o Decreto nº 7.611/2011 (BRASIL, 2011), dispõe sobre a formação de gestores educacionais e demais profissionais da escola para a educação, sob a perspectiva da educação inclusiva. Desta maneira, a formação do professor foi direcionada para o enfoque da diversidade e o trabalho em equipe.

Sem dúvida os gestores escolares, nas figuras do coordenador pedagógico e do diretor, têm papel fundamental no processo de educação inclusiva de todos os alunos. Para Sage (1999):

O diretor deve ser o principal revigorador do comportamento do professor que demonstra pensamentos e ações cooperativas a serviço da inclusão. É comum que os professores tenham inovação e assumam riscos que sejam encarados de forma negativa e com desconfiança pelos pares que estão aferrados aos modelos tradicionais. O diretor é de fundamental importância na superação dessas barreiras previsíveis e pode fazê-lo através de palavras e ações adequadas que reforçam o apoio aos professores (p.138).

Assim, a formação continuada dos gestores corrobora para que eles conheçam tanto os referenciais teóricos atuais quanto as políticas públicas que regem a educação especial na perspectiva da educação inclusiva, podendo, dessa forma, colaborar participativamente com a estruturação de uma escola inclusiva com o apoio dos serviços como o Atendimento Educacional Especializado (AEE).

Vale lembrar, ainda, que os alunos com autismo fazem parte do público-alvo da educação especial, e, portanto, têm direito ao AEE o qual, segundo o Decreto 7.611/11 conta com "conjunto de atividades, recursos de acessibilidade e pedagógicos organizados institucional e continuamente [...]" ofertados de forma complementar ou suplementar (BRASIL, 2011, art. 2º). Dessa forma, o AEE não é nunca substitutivo à classe comum, bem como não é reforço escolar, mas apoio aos alunos e professores, com vista à eliminação de barreiras à plena aprendizagem de seus alunos.

⁴ Vale esclarecer que o autismo não é deficiência e sim parte dos Transtornos Globais do Desenvolvimento, contudo, segundo a Lei 12.764 de 2012, a pessoa com autismo passa a ser considerada pessoa com deficiência para efeitos legais.

Segundo o mesmo Decreto, são funções do AEE:

- I - prover condições de acesso, participação e aprendizagem no ensino regular e garantir serviços de apoio especializados de acordo com as necessidades individuais dos estudantes;
- II - garantir a transversalidade das ações da educação especial no ensino regular;
- III - fomentar o desenvolvimento de recursos didáticos e pedagógicos que eliminem as barreiras no processo de ensino e aprendizagem; e
- IV - assegurar condições para a continuidade de estudos nos demais níveis, etapas e modalidades de ensino (BRASIL, 2011, art. 3º).

Por fim, as autoras Miranda e Galvão Filho (2012), problematizam a questão da formação dos professores e defendem que hoje precisam superar os paradigmas e as inseguranças da sua prática, para que possam mediar a interação crítica e criativa entre pessoas com deficiência, cada vez mais presentes nas salas de aula.

Tendo em vista o quadro teórico analisado, procederemos a seguir com as análises realizadas na escola já apresentada.

3. Um Estudo de caso

Considerando a legislação já indicada neste artigo, a Constituição Federal do Brasil (BRASIL, 1988) e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBN 9394/96) todos os cidadãos têm o direito a receber uma educação de qualidade, independentemente de suas especificidades. Assim, Pedro iniciou o ano escolar de 2016 matriculado em uma sala de aula comum, na escola regular.

Esta turma de primeiro ano tinha sua rotina distribuída em momentos de atividades na sala de aula, na sala de leitura, na brinquedoteca, na quadra, no parque, no pátio e no refeitório. Todos estes momentos foram foco de observação e coleta de informações para esta pesquisa a fim de verificar como se dava a inclusão do aluno.

Importante salientar que as rotinas escolares, repetidas diariamente, tais como: a entrada e saída dos alunos, deslocamento nos espaços da escola, organização do horário do descanso e recreio, e organização e rotina do próprio espaço da sala de aula são importantes para que a criança com autismo se familiarize e reconheça as vivências escolares (ROPOLI, 2010, p. 23). Vale ressaltar ainda que tais vivências são comuns a todas as crianças, fator importante na socialização e inclusão da criança com autismo. Nesse sentido, é fundamental que a rotina desses alunos não seja diferenciada, conforme sinalizado pelo Referencial do MEC:

Assim, no decorrer dos primeiros dias, é fundamental ter em mente que a experiência da escola necessita entrar, o quanto antes, num terreno mais previsível para aquela criança. Isso deve ser feito, obviamente, sem retirar a naturalidade do ambiente escolar, mas tendo em mente que a mesma inflexibilidade que torna tão difíceis as primeiras experiências nesse ambiente poderá também promover o apego a situações que posteriormente poderão se tornar indesejáveis. Em outras palavras, é importante, na tentativa de acolhimento àquela criança, não proporcionar a ela vivências que não farão parte da sua rotina no futuro. (BRASIL, 2010, p. 23)

Nesse sentido, Pedro não contava com rotinas diferenciadas, mas as mesmas do restante da turma, obedecendo às atividades propostas.

Na sala de aula, Pedro contava com o acompanhamento de uma estagiária do programa "Parceiros da Aprendizagem"⁵ e, fora da sala, com o auxílio de uma funcionária Auxiliar da

⁵ O programa "Parceiros da aprendizagem", criado no ano de 1995 pelo governo da cidade de São Paulo, tem como objetivo contratar estagiários para atuarem junto aos professores regentes do 1º

Vida Escolar – AVE. A primeira apoiava e acompanhava as tarefas pedagógicas, juntamente com a Professora da sala regular, e a segunda era responsável pelos cuidados com alimentação e higiene. A referida Escola não possuía sala de AEE.

Como em toda turma de primeiro ano do ciclo I, existia o desafio posto ao professor de alfabetizar e administrar a chegada desses alunos ao Ensino Fundamental, garantindo o aprendizado e a transição do ambiente lúdico do Ensino Infantil para um ambiente mais formal. Somavam-se a esses desafios, outras indagações e angústias frente à tarefa de traçar as estratégias de como trabalhar com Pedro de forma inclusiva.

É intrigante e incômodo para o professor se deparar com a indiferença e o alheamento de alguns alunos com autismo. Desde a mais tenra infância, tem-se que se aprende por meio das trocas sociais, assim como a linguagem é a mediação da educação. No caso do aluno com autismo, tais certezas podem ser colocadas em “cheque”, pois a fala pode ser comprometida e a habilidade de reagir às demandas do outro também.

Segundo Baptista e Bosa (2002), grande parte dos professores se assusta com a possibilidade de trabalhar com um aluno com TGD e alguns creem que uma pessoa com autismo é incapaz de sorrir ou mostrar afeto porque viveriam num mundo próprio e à parte.

No caso estudado, a Professora de Pedro também se sentiu insegura, mas não estática, pois, segundo seu relato, buscou incluí-lo em suas aulas e incentivou a convivência em grupo, tratando de ser mediadora nas interações com os colegas. Conforme entrevista realizada, ela considerava a convivência de Pedro com a turma importante para o desenvolvimento da socialização, principalmente quando o mesmo não tomava a medicação⁶, gritava e causava conflitos com os outros colegas. Ainda assim era nítida sua realização profissional e pessoal ao ser indagada sobre o processo de inclusão do aluno:

P: Quais momentos você se sentiu realizada ou sentiu que o trabalho valia a pena?

R: *Quando ele pegou uma atividade da mesa e quis fazer...*

P: Quais foram os maiores ganhos da convivência com [Pedro] na sala? Tanto para ele, como para o grupo e para você?

R: *Por enquanto, ser aceito pelo grupo; respeitado mesmo nos momentos em que ele está agitado; aprender a pedir e usar o banheiro sozinho. Ele está começando a pegar as folhas que rasga e pôr no lixo...*

O fato do aluno sentir-se instigado a buscar uma atividade, assim como faziam os colegas, levou a Professora a compreender que Pedro começava a fazer parte da turma e da rotina escolar. O sentimento de pertencer a um lugar ou a uma escola é muito importante na vida do aluno, independentemente dele ter ou não alguma habilidade, necessidade e/ou característica diferenciada, assim como também é essencial que o professor se sinta parte daquela turma e aceito por seus alunos.

Sabemos que a inclusão escolar não deve ser meramente social, ela deve garantir aprendizagem. Nesse sentido, em alguns trabalhos realizados pela turma em sala, que abordaram as grandezas e proporções (figura 1), pôde-se observar que Pedro desenvolveu apenas atividades em folhas coloridas, e com a ajuda da Professora ou da estagiária.

A figura 1 comprova que Pedro compreendeu o conceito de vazio e cheio, além de praticar a motricidade fina, mesmo que com o auxílio. Segundo a Professora, a prática de atividades de motricidade fina visava possibilitar que ele obtivesse maior autonomia escolar, seja na escrita de seu nome, na grafia dos números ou na produção de outros

ano do ciclo de alfabetização da rede municipal.

⁶ As informações referentes à medicação (tipo, frequência, quantidade, motivo) não foram disponibilizadas à Estagiária, portanto não fazem parte do presente trabalho. Sabe-se porém, pela entrevista com a Professora titular que Pedro ficava mais agitado e agressivo quando não a tomava.

registros e desenhos.

Figura 1 - Conceito Vazio/Cheio



Fonte: Acervo da Pesquisa

Embora Pedro estivesse inserido nas brincadeiras, na leitura do alfabeto, do quadro numérico e principalmente na hora de escutar as histórias, a Professora salientava sua dificuldade nas atividades escritas por não ter desenvolvido ainda a capacidade de coordenação de motricidade fina.

Nesse ponto vale salientar que a prática docente era focada no estímulo motor em detrimento a tantas outras possibilidades que o aluno poderia participar ou desenvolver, inclusive em perceber as que ele já realizava com autonomia.

Conforme explicitado anteriormente, a escola não contava com sala de cursos multifuncional, mas tampouco o aluno frequentava o AEE de outra escola do entorno, o que é seu direito (BRASIL, 2011). A ausência de uma professora responsável pelo AEE inviabiliza a troca de informações entre professor da classe comum e professor especializado para que, justamente, planejamentos conjuntos e para toda a turmas pudessem ser realizados.

Tanto a Professora quanto a estagiária, avaliaram ser importante e necessário, que o aluno frequentasse o AEE no contraturno escolar, para o trabalho com as barreiras pedagógicas, sociais e de comunicação que dificultavam sua aprendizagem e maior aproveitamento escolar.

Além disso, a parceria entre os professores da sala de aula regular com os professores do AEE se efetiva de maneira interdisciplinar e colaborativa, compartilhando experiências e informações na busca de um melhor desempenho do aluno. Enquanto ao professor da sala de aula regular é atribuída a tarefa de ensinar as áreas do conhecimento, ao professor do AEE cabe complementar ou suplementar a formação desse aluno com conhecimentos e recursos específicos que eliminem as barreiras impeditivas à sua plena participação no ensino regular.

O ideal é que o AEE seja ofertado na própria escola comum onde o aluno está matriculado, favorecendo a troca de informações. Embora na escola de Pedro não houvesse o AEE, observou-se a falta de organização entre a professora, a gestão e a família para matriculá-

lo no AEE da escola mais próxima onde o serviço fosse oferecido. Ropoli (2010) ressalta que “no caso da inexistência de uma sala de recursos multifuncionais na escola, os alunos não podem ficar sem este serviço, e o PPP deve prever o atendimento dos alunos em outra escola mais próxima ou centro de atendimento educacional especializado, no contraturno do horário escolar” (p. 20).

De toda a forma, segundo entrevista e observações em sala de aula, pode-se depreender que a socialização com os colegas era estimulada, pois quando os demais terminavam suas atividades, procuravam auxiliá-lo nas suas. Além disso, os colegas tratavam de brincar com Pedro nos momentos do pátio e em outros momentos coletivos.

É importante que o educador tenha uma dinâmica de parceria com seus alunos, sanando a insegurança, respeitando seu espaço para que os mesmos se sintam confiantes para participar das atividades propostas.

O momento da adaptação é importante e deve ser respeitado para que se possa criar um “elo” com o aluno, não só de respeito, mas principalmente de segurança, identificando os possíveis sentimentos, necessidades educativas e grau de especificidade. Esse “elo” auxilia na relação do aluno com a aprendizagem. Partindo do princípio de que a criança, em particular a criança com TGD, pode ter dificuldades de se relacionar, o laço afetivo é fundamental para o seu desenvolvimento.

Conforme relato da Professora e da estagiária, no início do semestre letivo Pedro mostrava-se reticente para desenvolver as atividades juntamente com os colegas, irritava-se com a permanência em sala de aula, não permitia a proximidade dos demais colegas. Ao longo do semestre passou a mostrar-se mais comunicativo, pronunciando algumas palavras, tais quais: “xixi, oi, tchau” e alguns gestos como o de pegar a mochila quando queria se retirar da sala. Dessa forma, pode-se concluir que a intervenção da Professora foi positiva e fez diferença no desenvolvimento social e na superação das dificuldades de comunicação, embora as atividades ainda fossem descontextualizadas das realizadas pelo restante da turma.

A profissional também procurou organizar as rotinas de forma que Pedro pudesse se familiarizar com os materiais de apoio e com as informações de todos os aspectos (ambiente físico, atividades diversas, higiene pessoal, entre outros), com o intuito de aumentar sua aprendizagem e autonomia. A figura 2 especifica claramente os materiais utilizados de “antecipação da rotina” na aprendizagem de Pedro, por exemplo: a professora indicava a ficha “pintar” para indicar que o momento era de artes e pintura. No geral, Pedro se identificava com o grupo, deslocando-se aos locais de atividade conforme seus colegas faziam.

Vale destacar que as fichas também tinham um propósito de mostrar quais comportamentos eram indesejáveis no âmbito social, como por exemplo: jogar o papel no chão ou agredir o colega, o que denota uma compreensão equivocada do recurso, uma vez que repreensões por comportamento, assim como elogios devem ser feitos da mesma forma com que é com todas as demais crianças, por meio oral, conversando com o aluno.

O recurso de antecipação de rotina, no caso, as fichas, serve para organizar os alunos com relação ao que será realizado em cada dia de aula, e, para aqueles com autismo, por auxiliar na antecipação, já que é uma área que se encontra prejudicada nas pessoas com TGD. “Essa função pode estar alterada em diferentes níveis entre as pessoas com Espectro Autista e com TGD, mas todas apresentam algum prejuízo na antecipação.” (BRASIL, 2010, p. 19).

Segundo o Referencial do MEC, a antecipação realizada por outra pessoa ou por um recurso advém da necessidade de comunicar ao aluno o que ocorrerá no momento seguinte, já que essa é a dificuldade – compreender antecipadamente o que ocorrerá. (BRASIL, 2010). Com o tempo, a antecipação evitará que a criança se sinta desconfortável, assustada, ou entre em sofrimento psíquico, se desorganizando.

Figura 2 - Antecipação da rotina



Fonte: Acervo da Pesquisa

Para tanto, a Professora providenciou essas fichas de comunicação que mostravam a sequência de atividades, e uma vez que o aluno se identificou com o grupo e compreendeu a rotina, o recurso deixou de ser usado.

Sem dúvida esse foi um grande avanço já que “quanto mais cedo a criança com TGD puder antecipar o que acontece diariamente na escola, mais familiar e possível de ser reconhecida se tornará para ela a vivência escolar [...]” (BRASIL, 2010, p 23).

Pode-se depreender, portanto, que houve um preparo e planejamento para recebimento do aluno por parte da Professora, além de dedicação, pois a mesma estudou o tema, questionou o histórico escolar de Pedro junto com a direção da escola e traçou estratégias para o trabalho. A Professora contou que se apoiou em formações e palestras ministradas pela Secretaria Municipal de educação (SME), contou com o auxílio de colegas professoras e buscou textos sobre autismo na internet.

De toda a forma, sugeriu mais respaldo da própria Prefeitura para formação continuada aos docentes, uma vez que a inclusão não termina na matrícula, sendo o processo longo, concretizando-se na participação efetiva dos discentes na sociedade.

De acordo com Sampaio e Sampaio (2009, p.44):

A inclusão é uma inovação que necessita de esforço coletivo para atualizar e reestruturar as condições atuais das escolas brasileiras e que [...] vai muito além de aceitar crianças deficientes nas escolas ou até mesmo realizar adaptações físicas ou curriculares de pequeno porte.

Percebe-se que, embora tenham sido observados esforços e preparação de certos recursos por parte da professora, os trabalhos não eram coletivos com a inclusão de Pedro. Infere-se que ela planejava suas atividades buscando desenvolver diversas habilidades em seus alunos, porém preparando atividades descontextualizadas para Pedro, sem desenvolver outras capacidades e habilidades do aluno.

Pode-se observar que muitas atividades realizadas por Pedro não condiziam as expectativas da Professora, razão pela qual houve reforço na coordenação motora e motricidade fina, para que Pedro pudesse acompanhar, futuramente, os projetos planejados de forma supostamente satisfatória.

A preparação de projetos integrados, realizados em pares ou grupos, são importantes não só pela socialização das crianças, mas também para o ensino-aprendizagem e poderiam

ser aplicados visando o desenvolvimento de outras habilidades e capacidades que Pedro certamente tem.

Ressaltamos que para haver uma real transformação da dinâmica dos processos pedagógicos e da qualidade das relações estabelecidas pela escola, precisa-se reforçar a importância na formação dos professores, permitindo assim que eles adquiram habilidades para trabalhar com situações diversas em sala de aula. No caso da situação observada, depreendeu-se que a professora trabalhou com as vicissitudes apresentadas. Inferiu-se que se a equipe escolar contasse com apoio, tanto de uma professora do AEE, quanto da equipe responsável pela educação inclusiva nesse município, poder-se-ia contar com um processo de fato inclusivo para Pedro.

4. Conclusão

Na proposta do estudo sobre educação inclusiva e TGD, algumas questões foram levantadas inicialmente. Ao longo do desenvolvimento do estudo, diversas outras perguntas foram surgindo, uma vez que a pesquisa deixou de ser apenas teórica para ser também prática, com a análise de um caso específico.

Levando-se em conta a abordagem inicial do caso em questão, notou-se que pontos importantes do desenvolvimento de Pedro foram registrados, pois houve evidências de seu avanço no desenvolvimento educacional e social. O esforço da Professora, assim como o acolhimento do aluno corroboraram com o desenvolvimento apontado. A escola, por meio do papel da professora e suas auxiliares, assumiu uma função extremamente importante na vida de Pedro.

Avaliando as atividades, percebeu-se que as tarefas que exigiam apenas habilidades mecânicas ou de memória foram desempenhadas. Contudo, o efetivo desenvolvimento das capacidades e habilidades de Pedro não puderam ser aferidas pela falta de oferta de atividades desafiadoras e condizentes ao 1º ano do ensino fundamental.

Isso comprova claramente que não é a criança com autismo que deve se adaptar à escola, mas a escola que, para recebê-lo, deve se transformar.

Com relação ao aluno não frequentar o AEE já que a unidade escolar não contava com uma sala de recursos multifuncional, não foi possível compreender porque ele não foi encaminhado para o AEE de uma escola próxima, o que se mostra importante de ser sinalizado, já que o direito do aluno a esse serviço foi obstado.

Nesse sentido, a Professora pontuou claramente a falta de respaldo da Secretaria Municipal de Educação. Ela, assim como muitos educadores, ainda carece de formação específica e continuada para vencer as grandes dificuldades e desafios da inclusão da criança com autismo na Educação Básica.

Ficou evidente, por fim, que, assim como para todos os alunos, o que "está em jogo" é o desenvolvimento das habilidades e capacidades, e, portanto, deve-se investir no potencial do aluno, independentemente de suas especificidades.

Referências

ANDRÉ, M. E. (Org.). **O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores**. São Paulo: Papyrus, 2005.

BAPTISTA, C. Integração e autismo: análise de um percurso integrado. In: Baptista, Claudio Roberto e Bosa, Cleonice. **Autismo e Educação**: reflexões e propostas de intervenção. Porto Alegre: Artmed, 2002.

BRASIL. Congresso Nacional. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/>

Constituicao/DLG/DLG186-2008.htm>. Acesso em: 3 mai. 2016.

_____. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, 1996. Brasília, DF, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/l9394.htm>. Acesso em: 29 mai. 2016.

_____. Conselho Nacional de Educação. Câmara da Educação Básica. **Resolução CNE/CEB nº 2**, de 11 de setembro de 2001. Institui Diretrizes Nacionais para a Educação Especial na Educação Básica. Brasília, DF, 2001. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/diretrizes.%20pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2016.

_____. Ministério da Educação. **A Educação Especial da Perspectiva da Inclusão Escolar: Transtornos Globais do Desenvolvimento**. Secretaria de Educação Especial: Fortaleza, 2010

_____. **Decreto nº 7.611**, de 17 de novembro de 2011. Dispõe sobre a educação especial, o atendimento educacional especializado e dá outras providências Presidência da República, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/decreto/d7611.htm>. Acesso em 23 mai. 2016.

_____. Casa Civil. **Lei 13.146** de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília: 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm>. Acesso em: 18 mar. 2016.

BOSA, C. Autismo: atuais interpretações para antigas observações. In: Baptista, Claudio Roberto e Bosa, Cleonice. **Autismo e Educação: reflexões e propostas de intervenção**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

MEIRINHOS, Manuel; OSÓRIO, Antônio. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. **Eduser: Revista de Educação**. Vol 2, p 49-65. Bragança: 2010.

MIRANDA, T. G.; GALVÃO FILHO, T. A. (Orgs.) **O Professor na Educação Inclusiva: Formação Práticas e Lugares**. Salvador: EDUFBA, 2012.

PERRAUDEAU, M. **Estratégias de aprendizagem**. Como acompanhar os alunos na aquisição dos saberes. Porto Alegre, RS: Artmed, 2009.

ROPOLI, E. A. **A Educação Especial na Perspectiva da Inclusão Escolar: a escola comum inclusiva**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial; [Fortaleza]: Universidade Federal do Ceará, 2010.

SAGE, D.D. Estratégias administrativas para a realização do ensino inclusivo. In: STAINBACK, Susan; STAINBACK William (Orgs.). **Inclusão: um guia para educadores**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1999, p.129-141.

SAMPAIO, CT; SAMPAIO, SMR. **Educação inclusiva: o professor mediando para a vida** [online]. Salvador: EDUFBA, 2009, 162 p. ISBN 978-85-232-0627-7. Disponível em SciELO Books <<http://static.scielo.org/scielobooks/3hs/pdf/sampaio-9788523209155.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

Inteligência Emocional no trabalho de Tecnologia da Informação: um estudo de caso

Emotional intelligence aspects related to work: a research with collaborators of Sao Paulo

Nathany Ayumi Matsukuma¹, Alexandre Jose Bernardo²

Centro Universitário SENAC – Campus Santo Amaro

Administração Geral e Gestão de Pessoas

nat-ayumi@hotmail.com

alexandre.jbernardo@sp.senac.br

Resumo. Este estudo consiste em uma pesquisa de campo sobre aspectos da inteligência emocional relacionada ao trabalho com colaboradores de uma empresa de tecnologia. O objetivo da pesquisa foi analisar a relação entre a inteligência emocional e os relacionamentos interpessoais nas organizações e o problema central da pesquisa consistiu em saber se existe uma relação entre inteligência emocional no trabalho e relacionamentos interpessoais consistentes. A metodologia de estudo reside em um estudo de caso com pesquisa de campo realizada com alunos de uma universidade da cidade de São Paulo. Foram aplicados 40 questionários e os dados foram analisados através do software estatístico SPSS versão 17.0. A pesquisa confirmou a hipótese inicial de que os colaboradores que agem de forma emocionalmente inteligente conseguem um bom relacionamento interpessoal nas organizações. Essa pesquisa teve como relevância a comprovação empírica de algo que é falado pelas pessoas no dia a dia mas não havia comprovação até então.

Palavras-chave: Inteligência Emocional, Relação Interpessoal, trabalho.

Abstract. *This study consists of a field research on aspects of emotional intelligence related to working with employees of a technology company. The objective of the research was to analyze the relationship between emotional intelligence and interpersonal relationships in organizations and the central problem of the research was to know if there is a relationship between emotional intelligence at work and consistent interpersonal relationships. The study methodology is based on a case study with field research carried out with students from a university in the city of São Paulo. 40 questionnaires were applied and the data were analyzed through statistical software SPSS version 17.0. The research confirmed the initial hypothesis that employees who act emotionally intelligently achieve good interpersonal relationships in organizations. This research had as relevance the empirical proof of something that is spoken by the people in the day to day but there was no proof until then.*

Key words: *Emotional Intelligence, Interpersonal relation, Work.*

¹ Bacharel em Administração com LFE em Administração de Empresas (Senac/SP);

² Psicólogo e Bacharel em Psicologia (UFJF/MG); Pós-graduado em Gestão Estratégica de Pessoas (UGF/RJ); Mestre em Psicologia Experimental: Análise do Comportamento (PUC/SP); Professor dos cursos de Bacharelado em Administração com LFE em Administração de Empresas e Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos;

**Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento**

Vol. 6 nº 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>

E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional 

1. Introdução

A expansão da globalização desencadeou uma mudança em todos os setores organizacionais, inclusive no perfil profissional procurado. Na atual conjuntura organizacional, considera-se de grande relevância para o perfil profissional a capacidade de relacionamento interpessoal, que é a habilidade de saber conviver e se relacionar com as outras pessoas. Essa competência influencia no relacionamento organizacional do indivíduo. Para que o sujeito desenvolva uma aptidão de relação interpessoal é importante aprimorar a habilidade do controle emocional, e para tanto é necessário condicionar-se a agir com inteligência emocional. (LEME, 2014)

A teoria da inteligência emocional de Daniel Goleman (2001) mostra que a inteligência emocional está relacionada com a capacidade de agir emocionalmente com inteligência, ou seja, através do domínio das capacidades envolvidas exercendo um controle sobre suas emoções.

A fundamentação da pesquisa está baseada na teoria das inteligências múltiplas de Gardner (1995), que tipifica a inteligência do sujeito em sete capacidades, sendo elas: inteligência lógica-matemática, linguística, musical, espacial, corporal-sinestésica, intrapessoal e interpessoal. Para este estudo, a inteligência interpessoal está relacionada à capacidade de um indivíduo se relacionar com outras pessoas, assim como no que se refere a qualidade dessas relações. Acredita-se que quanto mais inteligente emocionalmente forem as ações do indivíduo, melhor serão as relações estabelecidas no ambiente de trabalho.

O problema de pesquisa deste estudo reside na seguinte interrogação: qual a relação entre inteligência emocional e relacionamento interpessoal em profissionais de TI da cidade de São Paulo?

O objetivo geral da pesquisa é analisar a existência de alguma correlação entre inteligência emocional e relacionamento interpessoal entre profissionais de TI da cidade de São Paulo e para isso, alguns objetivos específicos serão trabalhados ao longo do estudo:

- a) Investigar se há diferença de comportamento entre gêneros no que tange a Inteligência Emocional;
- b) Identificar se as relações com a chefia e colegas se relacionam com a inteligência emocional;

A inteligência emocional é vista como um facilitador para as relações interpessoais no trabalho e funciona como uma excelente mediadora de conflitos. Ela tem um papel bastante importante nesse contexto.

2. Inteligência e Relacionamento Interpessoal: uma relação a ser estudada

Neste capítulo far-se-á uma discussão acerca do conceito de inteligência e sua evolução ao longo da história, chegando ao que hoje entende-se como inteligência emocional. Posteriormente este estudo abordará o conceito de relacionamento interpessoal de forma que o leitor possa compreender melhor a construção do conceito e como ele pode se relacionar com o conceito de inteligência emocional. Findando a discussão, optou-se por uma aproximação do conceito apresentado com o mercado de trabalho e suas aplicações nesse contexto.

2.1 Inteligência

O tema inteligência virou alvo de pesquisas e estudos, a partir do século XIX. Em 1905, o Ministério de Educação Francês solicitou a Alfred Binet e Théophile Simon que criassem uma medida que predissesse quais crianças iriam ter sucesso nas séries primárias das escolas, e assim criou-se o primeiro teste de inteligência, chamado de "Teste de QI". Desde então o teste é um instrumento científico para a psicologia que permite a mensuração da inteligência real ou potencial da pessoa. (GARDNER, 1995)

Gardner (1995) ainda abordou o conceito de competência intelectual como um composto do conceito de inteligência.

Um conjunto de habilidades que capacitam o indivíduo a resolver problemas ou dificuldades, a criar produtos eficazes e a gerar novos problemas. Segundo o autor, a inteligência não é uma competência simples, mas complexa e multideterminada, que pode ser descrita em termos de pelo menos, sete dimensões [...]. (GARDNER *Apud* QUEROZ & NERI, 2005, p.293).

Segundo Gardner (1995) as inteligências são múltiplas, e individuais entre si, e atuam em grupos separados no cérebro, submetendo-se a regras próprias, sendo: inteligência lógico-matemática, linguística, musical, espacial, corporal-cinestésica, intrapessoal e interpessoal.

A inteligência lógico-matemática é altamente desenvolvida em cientistas, enquanto a inteligência linguística é normalmente adquirida em alto grau pelos poetas. Já a inteligência musical é a capacidade possuída pelos músicos e cantores. A inteligência espacial é a capacidade desenvolvida geralmente por engenheiros, arquitetos, pintores e etc, e a inteligência corporal- cinestésica é a capacidade de controle corporal, tipo de inteligência altamente desenvolvidas em atletas. Ainda existe a inteligência intrapessoal que é a capacidade de conhecer a si mesmo, o conhecimento voltado para dentro a fim de conduzir o próprio comportamento, e por último a inteligência interpessoal é a capacidade de se relacionar com outras pessoas.

Segundo a perspectiva de Goleman (2001), de certo modo, há dois tipos diferentes de inteligência: racional e emocional. E o comportamento do indivíduo é determinado pelas duas, não apenas pelo QI, mas juntamente com a inteligência emocional. (IE)

O tema inteligência emocional foi definido academicamente por Salovey e Mayer (2009), e se popularizou após a publicação do livro "Inteligência Emocional" de Daniel Goleman.

2.2 Inteligência emocional

Para Goleman (1995) as emoções conquistaram um papel fundamental para o nosso psiquismo, assim como vários sociólogos constataram que, em momentos determinantes são elas que influenciam na razão. "Cada tipo de emoção que vivenciamos nos predispõe para uma ação imediata; cada uma sinaliza para uma direção que, nos recorrentes desafios enfrentados pelo ser humano ao longo da vida, provou ser a mais acertada". (GOLEMAN, 1995, p. 18). A mente emocional é a primeira a detectar a situação, e em seguida a mente racional. Sendo assim, temos duas mentes, uma emocional e outra racional. Quando é a emoção que está no comando, o intelecto fica de "mãos-atadas", mas se existe uma interação equilibrada, chamamos de inteligência emocional.

Para Salovey e Mayer (2009) a inteligência emocional consiste em cinco domínios essenciais:

a) Conhecer as próprias emoções

Para agir emocionalmente inteligente é necessário que se tenha consciência dos sentimentos. Goleman (1995) utiliza o termo autoconsciência, onde o sujeito se encontra no estado de atenção sobre suas emoções, e obtém consciência de suas próprias emoções. Este estado permite o primeiro passo para o autocontrole emocional, e cada pessoa tem uma maneira própria para lidar com os sentimentos. O mesmo autor propõe alguns tipos de pessoas:

- Autoconscientes: são aquelas pessoas que tem claramente consciência de sua situação emocional e são refinados em relação a sua vida emocional;
- Mergulhadas: são pessoas que mergulham em suas emoções deixando-as que dirijam a vida. Seus sentimentos são instáveis, sem adquirir conhecimento deles. Suas tentativas de sair do estado negativo são poucas, pois se acham incapazes de obter controle emocional e sentindo-se descontroladas;
- Resignadas: são pessoas que tem o conhecimento do seu estado de espírito, mas não o muda. Existem dois tipos de resignados:
 - Pessoas bem-humoradas que não desejam mudar o seu estado de espírito,
 - Pessoas que reconhecem e aceitam o estado negativo, mas nada fazem para mudá-los.

b) Lidar com as emoções

Para lidar com as emoções, o indivíduo requer uma capacidade de autocontrole dos seus sentimentos. O objetivo final do comportamento é o equilíbrio emocional, o sentimento proporcional à circunstância. O desequilíbrio do autocontrole emocional pode afetar diretamente ou indiretamente o bem-estar da pessoa.

c) Motivar-se

A motivação é uma aptidão que auxilia na “virada de jogo”, fazer a passagem de um estado emocional negativo para positivo. Essa motivação e persistência ajudam na vantagem emocional.

Na medida em que nossas emoções atrapalham ou aumentam nossa capacidade de pensar e fazer planos, de seguir treinando para alcançar uma meta distante, solucionar problemas e coisas assim, elas definem os limites de nosso poder de usar nossas capacidades mentais inatas, e assim determinam como nos saímos na vida. E na medida em que somos motivados por sentimentos de entusiasmo e prazer no que fazemos – ou mesmo por um grau ideal de ansiedade -, esses sentimentos nos levam ao êxito. É nesse sentido que a inteligência emocional é uma aptidão mestra, uma capacidade que afeta profundamente todas as outras, facilitando ou interferindo nelas. (GOLEMAN, 1995, p. 93).

d) Reconhecer emoções nos outros

Quanto maior for o autoconhecimento das emoções e a consciência dos sentimentos, mais compreensíveis em relação ao sentimento do próximo se tornam os seres humanos. A empatia é a capacidade de perceber as emoções alheias. Muitas vezes, a empatia não é expressa em palavras, e sua função é analisar e interpretar de forma verbal ou não verbal (gestos, tom de voz, expressão facial e corporal) essas emoções alheias.

Assim como a forma de expressão da mente racional é a palavra, a das emoções é não-verbal. Na verdade, quando as palavras de alguém entram em desacordo com o que é transmitido por seu tom de voz, gestos ou outros canais não-verbais, a verdade emocional está mais no que ele diz alguma coisa do que no que ele diz. Uma regra elementar usada na pesquisa de comunicações é que 90 por cento ou mais de uma mensagem emocional são não-verbais. E essas mensagens – ansiedade no tom de voz de alguém, irritação na rapidez de um gesto – são quase sempre sempre aceitas inconscientemente, sem que se dê uma atenção especial ao conteúdo da mensagem, mas apenas recebendo-a e respondendo-a tacitamente. As aptidões que nos permitem fazer isso bem ou mal são também, na maioria das vezes, inferidas. (GOLEMAN, 1995, p. 111).

Segundo Goleman (1995) a ausência da empatia é a capacidade desprovida de reconhecer e/ou perceber os sentimentos dos outros. Essa falta de empatia resulta em personalidades criminosas, psicopatas e sociopatas.

e) Lidar com relacionamentos

A maneira como uma pessoa reage e expressa os sentimentos possui importância social. Sendo assim, Paul Ekman (2011) usa o termo “regra de exibição”, que consiste em demonstrar as emoções de maneira apropriada.

Tais regras para expressar emoções são mais do que parte de um manual de boas maneiras sociais; ditam como nossos sentimentos se refletem em outra pessoa. Seguir bem essas regras é produzir o impacto ideal; não segui-las, ou segui-las de forma canhestra, implica gerar uma devastação emocional. (EKMAN, 2011, p. 76)

Partindo do pressuposto que as pessoas devem se policiar com suas expressões emocionais, para que possam conduzir um bom relacionamento, isso requer uma

interação entre a empatia e as boas maneiras de expressão das emoções. Essa habilidade chama-se de Inteligência Interpessoal.

A Inteligência Interpessoal, definida por Gardner (1995), possui quatro elementos:

- Organizar grupos – é a aptidão característica de líderes. São pessoas que tomam iniciativas para coordenar grupos;
- Negociar soluções – as pessoas com essa aptidão são mediadoras de conflitos, estão sempre tentando resolver ou evitar brigas. É uma particularidade encontrada em árbitros, advogados ou gerentes de incorporações;
- Ligação pessoal – é a aptidão que exerce a empatia e ligação. São pessoas que tem o talento de constituir um relacionamento ou identificar e lidar de maneira compreensível aos sentimentos e preocupação dos outros. Esses são jogadores de equipe, bons amigos, comerciantes, vendedores ou gerentes;
- Análise social – é a capacidade de perceber, intuir sentimentos e preocupações dos outros. É reconhecer o sentimento do outro. Isto favorece a intimidade ou senso de relação. Específicos em terapeutas, conselheiros competentes, literários ou dramaturgos.

2.3 Relacionamento Interpessoal

É na interação do indivíduo-indivíduo e indivíduo-grupo que se manifesta a capacidade interpessoal. Nele, incluem-se comportamentos individuais e sociais que são indissociáveis. É no relacionamento individual e grupal que o sentido da realidade será colocado, portanto “educa-se através do trabalho, através da convivialidade, do relacionamento informal das pessoas entre si”. (SAVIANI *apud* RODRIGUES E COLS., 2001, p. 124)

Segundo Moscovici *apud* (RODRIGUES E COLS., 2001, p. 124), “A competência interpessoal é a habilidade de lidar com relações interpessoais e com outras pessoas de forma eficaz e adequada às necessidades de cada uma e/ou às exigências da situação. ”

A capacidade interpessoal é moldada conforme a experiência de vida de cada um, desde a fase inicial de nossas vidas, começando com a educação recebida pelos nossos pais. É com base na absorção da experiência que irá predizer a maneira que iremos nos comportar no convívio social.

“Em uma perspectiva linear, todos são tentados a explicar à sua maneira de agir considerando as possíveis relações causa-efeito com base na contiguidade de ação com eventos antecedentes e/ou consequentes. ” (DEL PRETTE, 2001, p. 22). Também, explica-se com outros fatores internos, que são levados em consideração, tais como a vontade, desejo, consciência etc.

Em suma na perspectiva linear, a maneira que o indivíduo age está relacionada com as variáveis dos ambientes e variáveis intra-individuais. Entende-se como uma variável do ambiente as características físicas, sociais e/ou cultural de determinada situação. Já a variável intra-individual está relacionada com a crença, percepções e sentimentos.

Segundo Del Prette (2001, p.30), o Treinamento de Habilidades Sociais (THS), considerado um marco no contexto da psicologia, que teve início na Inglaterra mostra que “pessoas socialmente competentes tendem a apresentar relações pessoais e profissionais mais produtivas e duradouras, além de melhor saúde física e mental e bom funcionamento psicológico.”

Na situação oposta, as pessoas com déficits em habilidades sociais são propensas a dificuldades e conflitos em se relacionar com outras pessoas, tendem a ter uma qualidade de vida negativa e alguns transtornos psicológicos.

2.4 Relacionamento Interpessoal no Trabalho

A maneira como o colaborador lida no ambiente organizacional e como se coloca diante das atuais mutações e requisições do trabalho está atrelada a educação recebida. "A educação não formal na empresa pode servir para promover o desenvolvimento interpessoal dos sujeitos no próprio local de trabalho." (RODRIGUES, 2001, p. 124). Uma possibilidade levantada é a criação de um espaço coletivo de discussão, onde será abordado o conteúdo sobre relações intra e extra grupo.

...é necessário abrir um *espaço público interno de discussão* que vá além do conhecimento técnico e da divisão de trabalho, onde o trabalhador possa discutir as regras de consenso para trabalhar em conjunto e a elaboração das relações de confiança entre trabalhadores. (DEJOURS, 1987, p.37).

O grupo de discussão tem como objetivo, discutir coletivamente com os colaboradores as necessidades de estabelecer uma relação indireta e/ou direta com as questões de relacionamento familiar, social e educacional. Assim, contribuindo para um desenvolvimento nas relações interpessoais a fim de influenciar as relações de trabalho de forma positiva.

Transformar regras, conceitos e limites no trabalho somente é possível através da construção coletiva dos sujeitos, num espaço em que o propósito seja o de obter uma nova forma, mais saudável, de organização de ação, da expressão e do comprometimento dos envolvidos. (RODRIGUES, 2001, p. 125).

2.5 Conflito interpessoal

Segundo a Organização Mundial de Saúde, no ano de 2000, foram registrados 1,7 milhões de óbitos, tendo como as principais vítimas e agressores da violência interpessoal os adolescentes e jovens adultos. Segundo a amostra dos dados da OMS, é entre a fase de criança e adolescência que apresenta maiores dificuldades na resolução de conflitos interpessoais.

Deluty (2004) analisa simultaneamente e comparativamente, as resoluções de conflitos interpessoais, agressivas, submissas e assertivas, através das circunstâncias sociais como, perda, provocação, frustração e outras. Sendo considerado o fator de alto risco para a resolução de conflitos interpessoais, a agressividade é o objeto de estudo mais estudado e que, tem o maior grau de dificuldade como objeto de investigação por se tratar de um fator com uma variável que assume diversos motivos pela manifestação.

Além da compreensão dos motivos que levam a agressividade, é importante conhecer as diversas maneiras de agressão. Comumente, a agressão explícita está conduzida pela raiva, enquanto a agressão furtiva vem de afetos mais neutros.

Há outros fatores que também é importante na influência da agressividade, entre eles, a posição familiar não deve ser desconsiderada, por exemplo, crianças casulas tem facilidade para o desenvolvimento nas habilidades sociais. Um fator que não é considerado por todos os pesquisadores, mas deve ser ressaltado é o fator do gênero. Já a resolução de conflitos interpessoais, submissas e a assertividade diferenciam nos aspectos comportamentais da agressividade. O comportamento assertivo também está vinculado a sentimentos e pensamentos positivos, sendo o comportamento ideal nas resoluções de conflitos interpessoais.

O contrário do comportamento agressivo que não tem medo do confronto, o comportamento submisso é o verso. É justamente o medo de enfrentar que justifica o comportamento submisso.

Já o comportamento submisso envolve, como o assertivo, a consideração dos direitos e sentimentos dos outros, só que em detrimento dos próprios. Caracteriza-se, assim, pelo não enfrentamento de uma situação, por meio de fuga ou esquiva da mesma. É muitas vezes acompanhado pela negação da ocorrência de um conflito, valendo-se de argumentos defensivos como percepção de ausência de dano, de ameaça à auto-estima, etc. O comportamento submisso é mais frequente que o assertivo, por ser visto, erroneamente, como mais adaptativo, ou desejável socialmente, por não envolver confronto. (LEME, 2004, p. 371).

Os fatores que influenciam nas resoluções de conflito interpessoal, estão relacionados com as questões de prática culturais, que apresentam um papel importante na maneira que o sujeito responde as situações.

As relações de socialização diferem de cultura para cultura. Cada uma possui sua particularidade. Por exemplo, o norte americano dota do funcionamento psicológico independente, orienta-se para a autonomia. Já as culturas latinas, árabes e orientais são propensas a educar suas crianças com funcionamento psicológico mais interdependente, sendo pessoas mais harmoniosas, solidárias, que valorizam o relacionamento, e conseqüentemente seus princípios morais, na obediência e respeito.

Sendo assim, cada cultura, aplica um tipo diferente de educação aos filhos conforme sua cultura prediz. Portanto, os pais são um símbolo importante que, influem nas respostas de resoluções de conflitos de seus filhos. "O estilo familiar de resolução de conflitos tem o papel importante, pois, como em muitas outras situações, os pais atuam como modelo para as crianças". (LEME, 2004, p. 372).

Compreende-se então que, cada indivíduo ou cada colaborador de uma empresa, tem um comportamento diferente com questão à resolução de conflitos, podendo reagir de forma agressiva, submissa ou assertiva

Nesse sentindo, percebe-se a necessidade de ver como cada comportamento causa efeitos nas situações, e como eles afetam na vida dos integrantes das empresas.

3. Metodologia

O procedimento do estudo foi realizado da seguinte forma: 1) elaboração do questionário para a pesquisa; 2) aplicação do questionário na empresa; 3) tabulação e registro dos dados no software trabalhado; 4) análise dos dados; 5) produção do relatório final da pesquisa.

Instrumentos de Coleta dos dados

O questionário foi elaborado utilizando um teste validado por um instituto de pesquisa para avaliar o nível de inteligência emocional dos colaboradores participantes da pesquisa, e as demais questões estão voltadas para o relacionamento interpessoal no trabalho.

O questionário aborda as questões relacionadas à temática estudada, com objetivo de analisar os impactos que influenciam a inteligência emocional no ambiente de trabalho. Primeiramente, inseriu-se um campo para informar à área que atua na empresa e o sexo.

Para que fosse possível avaliar a inteligência emocional dos participantes, a partir disso foi aplicado um teste com 10 questões, cujas questões ficaram alocadas nas questões de número 1 - 10 do questionário desta pesquisa.

Para chegar-se aos resultados que descrevem a inteligência emocional dos participantes, utilizou-se o método de contagem dos pontos.

O método de contagem de pontos está brevemente descrito a seguir:

Cada pontuação é equivalente a um nível de inteligência emocional, onde:

0 á 10 pontos - a inteligência emocional é bastante baixa. Aconselha-se que, procure compartilhar mais os sentimentos e ideias. O melhoramento dos relacionamentos não é uma tarefa difícil, mas exige trabalho persistente, e muita disponibilidade para o outro. Deve aprender com todas as experiências, mesmo que sejam negativas, evitando repetir situações que promovam frustrações;

11 á 20 pontos - O grau de empatia e relacionamento não é bom. A pessoa com essa pontuação deve ouvir mais e falar menos;

21 á 30 pontos - A inteligência emocional precisa "deslanchar". Essa pessoa precisa mais de consciência dos sentimentos de empatia e aprender mais a observar;

31 á 40 pontos - Considera-se uma inteligência emocional bastante desenvolvida, mas que ainda pode ser melhorado;

41 á 50 pontos - A inteligência emocional nessa pontuação é bastante alta. A pessoa nesse nível, não tem dificuldades para fazer amigos, e nem de relacionar-se com os outros de forma bem harmoniosa e produtiva.

Da questão 11 á 23 , são perguntas relacionadas ao comportamento e relacionamento dos participantes no meio organizacional.

Procedimentos

A aplicação do questionário ocorreu nas áreas já citadas dentro da organização Tivit. Começamos a aplicação no dia 22 de Abril de 2015 no período da manhã e finalizamos no dia 24 de Abril de 2015 no período da tarde. A entrega dos questionários ocorria na parte da manhã com o recolhimento no final da tarde.

Depois da coleta de dados, as respostas do questionário foram tabuladas e digitadas no programa estatístico SPSS, versão 17.0 (Social PackageStatistics Software). Foi realizada uma capacitação para utilização do programa junto ao orientador deste trabalho, onde permitiu que pudéssemos visualizar os resultados de forma estatística e assim fazamos a análise.

Público-alvo e Amostra da Pesquisa

Realizou-se uma pesquisa quantitativa em uma empresa de tecnologia da informação da cidade de São Paulo. A empresa possui 300 colaboradores, sendo que destes, apenas 220 trabalham na atividade fim da mesma, ou seja, somente estes se caracterizam como possíveis entrevistados.

Para cálculo da amostragem aplicou-se a fórmula de cálculo amostral, com erro amostral de 11% e nível de confiança de 90%, chegando-se ao valor da amostra de 39 funcionários a serem entrevistados.

Desta forma aplicou-se a pesquisa em 40 colaboradores, sendo 20 pessoas do sexo masculino e 20 pessoas do sexo feminino, de forma que a variável gênero não influenciasse nos resultados finais. Os colaboradores estão alocados nas seguintes áreas de atuação, conforme Figura 1.

Tabela 1: Áreas de Atuação dos Colaboradores

Áreas	Participantes
Administrativo	7
Consultor SAP	1
Contabilidade	7
Faturamento	1
Financeiro	3
Fiscal	7
Marketing	2
Planejamento Estratégico	1
Pricing	1
Recepcionista	2
RH	4
Secretária	3
Tesouraria	1
Total Geral	40

(FONTE: Aatoria Própria)

4. Apresentação dos resultados

Os resultados das questões aplicadas para avaliar o nível de inteligência emocional dos colaboradores, são determinados pela pontuação das questões.

Tabela 2: Score de IE por sexo

ResultadoFinal	Masculino	Femino	Total
0 até 10	0	0	0
11 até 20	0	0	0
21 até 30	0	1	1
31 até 40	14	8	22
41 até 50	6	11	17

(FONTE: Aatoria Própria)

O resultado apresentado pela tabela 2, indica que, dos 40 colaboradores que responderam o questionário, não há uma diferenciação entre gêneros quanto ao score de inteligência emocional obtido, pois ambos se concentraram na pontuação entre 31 e 50 pontos, e não foi encontrada nenhuma relação estatisticamente significativa.

As demais questões do questionário abordam a relação entre relacionamento interpessoal no trabalho e variáveis categóricas diversas. Seguem os principais resultados.

Tabela 3: Score sobre relação com colega de trabalho dividido por sexo

Resultado Final	Boa Relação Com Colegas De Trabalho							
	Masculino				Feminino			
	Sim	Não	Mais ou menos	Não Respondeu	Sim	Não	Mais ou menos	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0	0	0
31 até 40	12	1	0	1	8	0	0	0
41 até 50	5	0	1	0	10	0	1	0
Total	17	1	1	1	19	0	1	0

(FONTE: Aatoria Própria)

Nessa questão pode-se dizer que, as pessoas que possuem um nível de IE desenvolvida (acima de 31 pontos), também afirmaram ter uma boa relação com os colegas de trabalho. Isso pode nos mostrar algum indicio de relação entre os fatores.

Tabela 4: Score sobre relação com chefe dividido por sexo

Resultado Final	Boa Relação Com Chefe							
	Masculino				Feminino			
	Sim	Não	Mais ou menos	Não Respondeu	Sim	Não	Mais ou menos	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0	0	0
31 até 40	12	0	1	1	7	0	1	0
41 até 50	6	0	0	0	10	0	1	0
Total	18	0	1	1	18	0	2	0

(FONTE: Aatoria Própria)

Com relação ao fator “Relação com o Chefe” versus inteligência emocional percebe-se que todos os entrevistados afirmam ter uma boa relação com o chefe independentemente do nível de IE, logo acredita-se que não haja uma relação direta entre os fatores.

Tabela 5: Score sobre nível de comunicação dividido por sexo

Resultado Final	Boa Comunicação					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0
31 até 40	12	1	1	8	0	0
41 até 50	5	1	0	10	1	0
Total	17	2	1	18	2	0

(FONTE: Aatoria Própria)

O resultado apresenta que, as pessoas com nível de IE alta e desenvolvida tem uma boa comunicação com os colegas de trabalho. Apenas uma pessoa que pontuou de 21 a 30 afirma não ter uma boa comunicação.

Tabela 6: Score sobre a relação entre receber um feedback e controlar suas emoções dividido por sexo

Resultado Final	Recebe Feedback Controla Emoções					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	12	1	1	6	2	0
41 até 50	6	0	0	11	0	0
Total	18	1	1	18	2	0

(FONTE: Aatoria Própria)

O resultado traz indícios de que as pessoas com nível desenvolvido de IE (acima de 31 pontos) afirmam também que controlam bem suas emoções. Destaca-se aqui que

trata-se da percepção do próprio indivíduo, não sendo permitido extrapolações muito grandes.

Tabela 7: Score sobre o fato de ter algo a dizer relacionado ao trabalho, conseguindo expor seus pensamentos, opiniões e visões para seus parceiros de trabalho dividido por sexo

Resultado Final	Consegue Expôr Pensamentos Opiniões Visões Colega					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0
31 até 40	11	1	2	8	0	0
41 até 50	6	0	0	11	0	0
Total	17	1	2	19	1	0

(FONTE: Autoria Própria)

Os entrevistados cujo nível de desenvolvimento da IE pontuou acima de 31 pontos (nível alto) coincide com o fato dessas pessoas acreditarem que conseguem expor pensamentos, opiniões e visões no ambiente de trabalho. Provavelmente isso possa ser um facilitador para trabalhos em equipe e interação com o grupo.

Tabela 8: Score sobre ter algo a dizer relacionado ao trabalho, conseguindo expor seus pensamentos, opiniões e visões para o seu líder dividido por sexo

Resultado Final	Consegue Expôr Pensamentos Opiniões Visões Chefe					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0
31 até 40	11	2	1	8	0	0
41 até 50	6	0	0	11	0	0
Total	17	2	1	19	1	0

(FONTE: Autoria Própria)

A conclusão da análise desta questão é semelhante à questão anterior, o que diferencia no resultado dos dados é que, apenas um colaborador respondeu na questão anterior que consegue expor seus pensamentos e opiniões para os colegas de trabalho, mas nesta questão, quando a pergunta foi direcionada para o chefe, a resposta foi que não consegue expor seus pensamentos. Ou seja, a percepção de facilidade de exposição das opiniões para os chefes é similar a exposição aos colegas.

Tabela 9: Score sobre a relação entre reunião com chefe e alteração do mesmo versus alteração conjunta com o chefe dividido por sexo

Resultado Final	Chefe Altera Com Você Alteraria Junto Com Ele					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0
31 até 40	3	10	1	0	7	1
41 até 50	2	4	0	0	11	0
Total	5	14	1	0	19	1

(FONTE: Aatoria Própria)

Com base nos resultados apresentados desta questão é importante ressaltar a importância de manter o controle em determinadas situações. Percebe-se na amostra feminina um controle maior do que na amostra masculina, no entanto não é possível afirmarmos que essa diferença seja estatisticamente significativa.

Tabela 10: Score sobre discussão com algum colega de trabalho/ líder a ponto de falar alto e sair do controle dividido por sexo

Resultado Final	Já Teve Discussão Com Colega Ou Lider Falando Alto Ou Sair Controle					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	7	6	1	2	5	1
41 até 50	1	5	0	2	9	0
Total	8	11	1	5	14	1

(FONTE: Aatoria Própria)

O resultado mostra que homens que obtiveram score alto (de 31 a 40 pontos) majoritariamente já tiveram discussão com colegas a ponto de perder o controle e sair falando alto pela empresa, enquanto que no público feminino isso é minoria na mesma faixa de pontos. Pode-se supor que o gênero interfira no autocontrole embora não se tenha dados suficientes para tal afirmativa, sendo apenas especulação. Na amostra que pontuou entre 41 e 50 pontos, a maioria mostra um autocontrole não chegando a ter tal comportamento.

Tabela 11: Score sobre confiança em seus parceiros de trabalho dividido por sexo

Resultado Final	Confia Nos Parceiros De Trabalho					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	12	1	1	6	1	1
41 até 50	6	0	0	9	2	0
Total	18	1	1	16	3	1

(FONTE: Aatoria Própria)

Rodrigues (2001) relata um dos resultados colhidos nas experiências realizadas em grupos. No fim da experiência, uma das questões trabalhadas e melhoradas foram o relacionamento e confiança nos colegas de trabalho, e mostra como é importante adquirir confiança no próximo para desenvolver um trabalho melhor. A teoria é reafirmada pela prática, pois percebe-se um número bastante alto de pessoas que afirmam confiar no seu colega de trabalho, independente do sexo.

Tabela 12: Score sobre a ocorrência de algum comportamento agressivo na empresa por conta de algum fato que não agradou dividido por sexo

Resultado Final	Já Teve Comportamento Agressivo Por Algo Que Não Lhe Agradou					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	2	11	1	1	6	1
41 até 50	2	4	0	0	11	0
Total	4	15	1	2	17	1

(FONTE: Autoria Própria)

No decorrer do presente trabalho, apresenta-se a agressividade como um fator de alto risco para a resolução de conflitos interpessoais. Nesta questão, percebe-se que os entrevistados com alta inteligência emocional (31 a 50 pontos) também afirmam não terem tido comportamentos agressivos devido a coisas que não lhe agradaram. No público masculino encontra-se um percentual relativamente importante que deve ser levado em consideração, pois apesar da IE, o mesmo afirma ter tido este tipo de comportamento.

Tabela 13: Score sobre situações turbulentas: hábito de fazer um auto reflexão sobre a situação para não agir impulsivamente dividido por sexo

Resultado Final	Em Situação Turbulenta Tem Reflexão Para Não Agir Impulsivamente					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	0	1	0
31 até 40	12	1	1	4	3	1
41 até 50	6	0	0	10	1	0
Total	18	1	1	14	5	1

(FONTE: Autoria Própria)

Segundo Goleman (1995) a auto-reflexão sobre determinada situação é necessário para não agir impulsivamente, sendo um comportamento essencial para adquirir a autoconsciência. Percebe-se que 80% dos entrevistados afirma ter uma auto-reflexão, o que coaduna o que afirma Goleman (1995).

Tabela 14: Score sobre a relação entre ter um objetivo/meta no trabalho, e encontrar dificuldades para conquista-los, versus habito de desistência por sexo

Resultado Final	Quando Tem Objetivo Meta Tem Dificuldades Desiste					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	1	12	1	1	7	0
41 até 50	0	6	0	0	11	0
Total	1	18	1	2	18	0

(FONTE: Aatoria Própria)

Salovey (1990) cita que, a motivação é um dos domínios necessários para o desenvolvimento da IE. A desistência de concluir os objetivos deve se variar por pessoas, mas uma das aptidões que mais influencia é a alta ansiedade. Na questão não há um campo para justificativa da desistência, mas conforme já citado os domínios essenciais para o desenvolvimento da IE, se é necessário, mais uma vez, o controle das emoções para que não as atrapalhe nas conquistas dos objetivos. Percebe-se que 90% dos entrevistados não desistem frente às dificuldades encontradas no público com alta inteligência emocional (acima de 31 pontos).

Tabela 15: Score sobre satisfação com seu trabalho dividido por sexo

Resultado Final	Está Satisfeito Com Seu Trabalho					
	Masculino			Feminino		
	Sim	Não	Não Respondeu	Sim	Não	Não Respondeu
0 até 10	0	0	0	0	0	0
11 até 20	0	0	0	0	0	0
21 até 30	0	0	0	1	0	0
31 até 40	11	2	1	8	0	0
41 até 50	6	0	0	9	2	0
Total	17	2	1	18	2	0

(FONTE: Aatoria Própria)

O bem-estar subjetivo do indivíduo influencia na satisfação de vida e na forma que ele lida com o trabalho. De acordo com os dados encontrados 87,5% dos pesquisados estão satisfeitos com o seu trabalho, independente do variável sexo ou mesmo pontuação obtida no score de IE.

Considerações Finais

Em momentos determinantes, o que comanda as ações são as emoções, e percebe-se que, sem o controle emocional a mente racional fica à mercê da mente emocional. Porém, quando há uma interação equilibrada entre a mente emocional e a mente racional, chamamos essa aptidão de inteligência emocional.

Conforme apresentado se fazem necessários os cinco domínios para desenvolver a inteligência emocional, sendo: autoconsciência, saber lidar com as emoções, motivar-se, empatia pelo próximo e lidar com relacionamentos. Percebe-se ao longo da descrição dos resultados a presença de todos eles na amostra com alto índice de inteligência emocional (pontuação acima de 31 pontos).

O desenvolvimento dessas aptidões está interlaçado, sendo necessário que trabalhe uma aptidão por vez. Sendo assim, o desenvolvimento da autoconsciência vem em primeiro lugar para conhecer os próprios sentimentos.

Em seguida, o autocontrole, que auxilia com o controle emocional. Até essa etapa se trabalha o desenvolvimento intrapessoal, nos próximos passos o foco está direcionado para o interpessoal.

O desenvolvimento da empatia sendo a capacidade de perceber as emoções dos outros. E por fim, trabalha o relacionamento interpessoal, reforçando a eficiência interpessoal.

No decorrer das avaliações, percebe-se como cada aptidão esteve presente nos comportamentos dos colaboradores, e que trabalhados juntos melhorariam o desenvolvimento da inteligência emocional.

Com os resultados colhidos do teste de inteligência emocional e no questionário sobre relacionamento interpessoal percebe-se como o agir emocionalmente inteligente pode impactar no relacionamento interpessoal no meio organizacional.

Também, percebe-se que a autoconsciência é a chave para desencadear o domínio das outras aptidões.

Com o domínio das cinco aptidões citadas por Salovey (1990) é possível desenvolver a inteligência emocional e adquirir bom relacionamento interpessoal no trabalho.

Como o estudo realizado sugere, pode-se perceber que há uma relação entre a inteligência emocional e as relações interpessoais. No entanto, não é possível determinar qual foi o antecedente e qual a consequência, sendo necessários novos estudos na área.

Através do desenvolvimento da inteligência emocional que o indivíduo melhora a relação intrapessoal e interpessoal. Na análise do resultado identifica-se que as pessoas que tiveram um bom resultado no teste obtiveram respostas que mostram a relação entre elas e as questões de relacionamento interpessoal no trabalho.

Dessa forma, acredita-se que, agir de forma emocionalmente inteligente impacta positivamente nas relações interpessoais. No meio organizacional este tipo de comportamento é de suma importância, pois comportamentos não emocionalmente inteligentes não são bem vistos.

Referências

DEJOURS C. Loucura do trabalho. São Paulo: Oboré; 1987.

DEL PRETTE, Almir. Psicologia das relações interpessoais: Vivências para o trabalho em grupo - Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

DELUTY, R. H. Assertiveness vs aggressiveness: What's the difference?. In: LEME, Maria Isabel da Silva. **Resolução de conflitos interpessoais: interações entre cognição e afetividade na cultura.** Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v.17, n.3, 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722004000300010&lng=pt&nrm=iso>.

EKMAN, PAUL. A linguagem das emoções – Rio de Janeiro: Casa das Palavras, 2011.

GARDNER, Howard. Estruturas da mente: A teoria das inteligências múltiplas. *In*: QUEROZ, Nelma Caires; NERI, Anita Liberalesso. **Bem-estar psicológico e inteligência emocional entre homens e mulheres na meia-idade e na velhice**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v. 18, n. 2, Aug. 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722005000200018&lng=en&nrm=iso>.

GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: A teoria na Prática** – Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional: A teoria revolucionária que define o que é ser inteligente**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

LEME, Maria Isabel da Silva. **Resolução de conflitos interpessoais: interações entre cognição e afetividade na cultura**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v. 17, n.3, 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722004000300010&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 10 Outubro. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722004000300010>.

MOSCOVICI, F. Desenvolvimento interpessoal. *In*: RODRIGUES, Rosângela Rocio Jarros; IMAI, Rosy Yuri; FERREIRA, Wanessa de Freitas. **Um espaço para o desenvolvimento interpessoal no trabalho**. Psicol. estud., Maringá, v. 6, n. 2, dez. 2001. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722001000200017&lng=pt&nrm=iso>.

RODRIGUES, Rosângela Rocio Jarros; IMAI, Rosy Yuri; FERREIRA, Wanessa de Freitas. **Um espaço para o desenvolvimento interpessoal no trabalho**. Psicol. estud., Maringá, v. 6, n. 2, dez. 2001. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722001000200017&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 10 Outubro. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722001000200017>.

SALOVEY, P., & MAYE, J.D. Emotional intelligence. Imagination, Cognition and Personality. *In*: WOYCIEKOSKI, Carla; HUTZ, Claudio Simon. **Inteligência emocional: teoria, pesquisa, medida, aplicações e controvérsias**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v. 22, n. 1, 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722009000100002&lng=en&nrm=iso>.

SAVIANI, D. O trabalho como princípio educativo frente as novas tecnologias. In: RODRIGUES, Rosângela Rocio Jarros; IMAI, Rosy Yuri; FERREIRA, Wanessa de Freitas. **Um espaço para o desenvolvimento interpessoal no trabalho**. Psicol. estud., Maringá, v. 6, n. 2, dez. 2001. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722001000200017&lng=pt&nrm=iso>.

STERNBERG, R.J. The concept of intelligence and its role in lifelong and success. *In*: WOYCIEKOSKI, Carla; HUTZ, Claudio Simon. **Inteligência emocional: teoria, pesquisa, medida, aplicações e controvérsias**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v. 22, n. 1, 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722009000100002&lng=en&nrm=iso>.

WOYCIEKOSKI, Carla; HUTZ, Claudio Simon. **Inteligência emocional: teoria, pesquisa, medida, aplicações e controvérsias**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre, v. 22, n. 1, 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722009000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 Agosto. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722009000100002>.