

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

**FOMENTANDO O EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE DA VIABILIDADE DA  
IMPLANTAÇÃO DE UM CENTRO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NA  
CIDADE DE CAXIAS DO SUL/RS**

**PROMOTING ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF THE FEASIBILITY OF  
IMPLEMENTING A HUMAN DEVELOPMENT CENTER IN THE CITY OF CAXIAS  
DO SUL/RS**

Clarissa Braun Teixeira, Zaida Cristiane dos Reis e Ana Paula Ferreira Alves

**RESUMO**

O tema empreendedorismo está cada vez mais presente nas discussões de negócios e acadêmicas. Nesse contexto, o objetivo deste estudo é analisar a viabilidade da implantação de um centro de desenvolvimento humano na cidade de Caxias do Sul/RS. O foco deste empreendimento está em técnicas cognitivas que auxiliem profissionais de diversas áreas a alcançarem seus objetivos de forma satisfatória e rápida. Para tanto, foram realizadas pesquisas de mercado distribuídas em (a) etapa exploratória, em que foram entrevistadas sete profissionais, e (b) etapa descritiva, em que foi aplicado um questionário junto a 208 pessoas. A partir disso, foi realizada uma análise do ambiente, delineando macro e microambiente e identificando ameaças e oportunidades. Os resultados indicam que há uma aceitação do mercado para o empreendimento na cidade, desta forma, pode ser considerada viável a implantação do negócio.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Viabilidade; Desenvolvimento humano.

**ABSTRACT**

The topic entrepreneurship is increasingly in the business and academic discussions. In this context, the aim of this study is to analyze the viability of implementing a human development center in the city of Caxias do Sul/RS. The focus of this enterprise is on cognitive techniques that help professionals from various fields to achieve satisfactorily and quickly their goals. To do so, market research were carried distributed in (a) exploratory stage, in which seven professionals were interviewed, and (b) descriptive stage, where we applied a questionnaire to 208 people. From this, an environmental analysis was conducted, outlining macro and micro-environment and identifying threats and opportunities. The results indicate that there is market acceptance for the project in the city. Therefore, it can be considered feasible the business implementation.

**Keywords:** Entrepreneurship; Feasibility; Human Development.

## 1 INTRODUÇÃO

O aprofundamento dos temas que envolvem um novo negócio, antes da abertura do mesmo, é um meio que o empreendedor possui para diminuir o risco do seu empreendimento não obter o sucesso esperado, identificando as ameaças e oportunidades do mercado. Ao invés de cometer erros já atuando no mercado, a análise de viabilidade da implantação de um negócio serve para identificá-los e restringi-los (ROSA, 2007).

Com o crescimento econômico brasileiro e mundial, a agilidade das informações e da concorrência, os profissionais estão cada vez mais com problemas para situar e aplicar seus conhecimentos de forma eficiente e eficaz. Estresse, falta de administração de tempo, o não desenvolvimento interpessoal, entre outros fatores, são cada vez mais recorrentes, bem como a busca para desenvolvê-los. Os profissionais que vivenciam um alto nível de concorrência precisam não só do apoio apresentado pelo governo e entidades, com cursos profissionalizantes e técnicos, mas também para que desenvolvam suas características que permitam lidar com o estresse melhorando a convivência e produtividade no seu trabalho. Assim, entende-se que existem poucas empresas que auxiliam nos pontos carentes e necessários pelos profissionais. Nesse sentido, este parece ser um interessante nicho de mercado.

A proposta do centro é ser um espaço para o desenvolvimento de diversas técnicas de cognição, que permita às pessoas o acesso com eficácia, a todas as suas inteligências. Dentre os estudos, serão desenvolvidas atividades nas áreas de hipnose, neurolinguística, neuróbica, metacognição, raciocínio lógico, terapia cognitivo-comportamental. O foco é o desenvolvimento das capacidades cerebrais e a melhoria da saúde mental, possibilitando a melhoria na socialização, equilíbrio emocional, conhecimento intrapessoal, autoestima, foco, visão estratégica, liderança, expressão oral, memorização, entre diversos outros benefícios; agrupando competências essenciais para uma vida plena e feliz. Por meio dos processos propostos, o profissional que aprende a controlar sua química cerebral, estará mais preparado para trabalhar sob pressão, tomar decisões mais assertivas, adaptar-se aos desafios do dia a dia, com mais atenção e paciência. Em outras palavras, as técnicas aplicadas pelo Centro auxiliarão a desenvolver e/ou potencializar as habilidades e atitudes positivas de cada indivíduo e controlar e/ou reduzir suas características negativas.

O tema exposto acima encontra um foco específico na seguinte provocação: **é viável a implantação de um centro de desenvolvimento humano na cidade de Caxias do Sul?** Este trabalho tem como objetivo geral analisar a viabilidade da implantação de um centro de desenvolvimento humano, na cidade de Caxias do Sul-RS, que visa o desenvolvendo de profissionais com inúmeras técnicas cognitivas, para que alcancem seus objetivos de forma rápida e efetiva.

O estudo da eficiência humana, trabalhado com a Programação Neurolinguística (PNL), trouxe o conhecimento e anseia por auxiliar as demais pessoas em seu desenvolvimento como ser humano, e conseqüentemente profissional. Existem pouquíssimos serviços no estado que assessoram verdadeiramente na visão psicológica e da neurociência os profissionais, quer dizer, os ensina a administrar seus sentimentos, frustrações, aceitação, gerenciamento das informações e do tempo, desenvolvimento interpessoal, entre outros.

A proposta é trabalhar com ênfase em ferramentas cognitivas que tornem este processo funcional, rápido e efetivo na busca do dito Quociente Emocional (QE), que se trata do controle emocional. Estas ferramentas ainda são pouco divulgadas e conhecidas por uma parte minoritária da população, o que torna hoje as pessoas com este domínio diferenciadas em suas aptidões e funções. Proporcionam uma real mudança de pensamento e comportamento visível aos que o cercam. Thoreau (1953) possui uma frase conhecida que descreve a importância da autogestão: “As coisas não mudam; nós é que mudamos”.

Além disso, é importante destacar que a cidade de Caxias do Sul desponta como o segundo maior polo metalmeccânico do país, sendo esta sua atividade predominante; considerado polo na área da educação na região nordeste do Estado, além de ser o maior produtor de hortifrutigranjeiros do Estado. Para que esta diversidade de empreendimentos apresente excelentes níveis de desempenho, buscam-se técnicas modernas de gestão e qualificação de mão de obra, apoiados em órgão e entidades regionais (PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL, 2011). A região carece ainda de empresas que auxiliem a desenvolver os potenciais, melhorando de forma significativa seu real desempenho e necessidade, pois devido a aspectos culturais e históricos, acabou por focar no desenvolvimento técnico e operacional, em detrimento do capital humano e social. A cidade foi apontada com um alto grau no Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE), que visa medir o grau de desenvolvimento dos municípios gaúchos (PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL, 2014). Assim, acredita-se que esta cidade é ideal para a implantação de um centro de desenvolvimento humano.

Nesse contexto, neste estudo, busca-se mostrar a necessidade real da empresa proposta na cidade de Caxias do Sul, que contribui na divulgação dos avanços da neurociência, que desmistifica o autoconhecimento, e por sua vez potencializa as capacidades e minimiza interferências externas que impedem o crescimento como pessoa e profissional, trabalhando seus hábitos e suas crenças. Por conseguinte, traz consigo a aprendizagem das necessidades impostas pelo mercado, como flexibilidade, resiliência, criatividade, segurança, relacionamento interpessoal, liderança, entre inúmeros outros fatores. Este estudo divide-se em cinco etapas além da introdutória, constam o referencial teórico, o método, a análise dos resultados, e as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, são apresentados os conceitos que fundamentam este estudo, destacando-se o tema empreendedorismo e tópicos focados no empreendimento proposto (programação neurolinguística e *coaching*).

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

A história do empreendedorismo iniciou com as rotas comerciais para o Extremo Oriente, onde contratos de investidores começaram a financiar a venda de mercadorias, tendo como precursor Marco Polo. O significado da palavra empreendedorismo muda de acordo com o país e a época. O termo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra inglesa *entrepreneurship*, que é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Por sua vez, o termo se origina de *entrepreneur*, palavra francesa usado no século XII para designar aquele que incentiva brigas. Ainda na Idade média o termo passou a identificar tanto o administrador quanto qualquer participante de um projeto, e estes não corriam nenhum risco financeiro, pois os recursos vinham do governo. Já no século XVII, empreendedor era o indivíduo que realizava um serviço ou fornecimento específico, com um acordo contratual fixo com o governo, que especificava que o risco era por conta do empreendedor. No fim do século XVIII, passou a identificar a pessoa que criava e conduzia projetos e empreendimentos, diferenciando este do fornecedor de capital; uma das causas deste processo foi a industrialização. No fim do século XIX e início do século XX, o termo designava os grandes capitães de indústrias. Atualmente significa a atividade de toda pessoa que está na base de uma empresa, desde o franqueado ou um dono de oficina mecânica até aquele que criou e desenvolveu uma multinacional. Após a década de 80,

o empreendedorismo expandiu-se consideravelmente e passou a interessar a várias ciências humanas e gerenciais (HISRICH; PETERS, 2004; DOLABELA, 2008).

Certamente dificulta a definição do termo empreendedorismo, pois entre os próprios pesquisadores ainda não existe uma concordância quanto a sua definição. Analisando os elementos em comum, podem-se dividir os conceitos em duas principais correntes: economistas e comportamentalistas. Os pioneiros no campo, os economistas associaram à inovação e ao seu papel fundamental na economia e em seu desenvolvimento. Os comportamentalistas enfatizam aspectos que envolvem as atitudes e comportamentos, como intuição e criatividade. Atualmente, se refere como a ação que cria e aloca valores para a sociedade, sendo responsável pela inovação tecnológica e crescimento econômico (DOLABELA, 2008).

Empreendedorismo é um fenômeno cultural, uma arte que pode ser aprendida, praticada e disseminada; em outras palavras, é fruto dos hábitos, práticas e valores pessoais. No entanto carece de disciplina, troca de informações e conhecimento, anseio de aprendizado e uma habilidade evidente de assimilar o conhecimento dos outros. É alguém que transforma conhecimento em riqueza, ou seja, é o agente do processo de distribuição crítica que aciona e mantém ativo o capitalismo. Pode-se dizer também que é um aliciamento entre processos e pessoas, que convertem ideias em oportunidades. Consonante a isso, apenas deveria ser denominado empreendedor aquele que agrega valor positivo a todos, deve mostrar comprometimento com a consciência social, valorizando a vida, a democracia e a felicidade (PAVANI, 2006; DOLABELA, 2008; MENDES, 2009; DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo é dinâmico e gera mais riquezas, enxerga seu ganho como consequência e não como um meio. Trata-se de um processo cíclico, onde o grau de empreendedorismo da sociedade resulta no seu crescimento econômico sustentável, que promove a inovação e o empreendedorismo. É importante ressaltar que empreendedorismo lida com comportamento. Para ser empreendedor é indispensável ter autogestão de valores, percepções, crenças, comportamentos – de si e do mundo - voltados a atividades de incerteza, inovação, entre outros elementos. A pessoa empreendedora enxerga o fracasso com um mero resultado, pois aprende realizando (DOLABELA, 2008; MENDES, 2009; DORNELAS, 2009, 2012).

No Brasil, apesar do país ser considerado referência em empreendedorismo, existe carência em diversas áreas, principalmente em “empresa de base tecnológica, que nasce da conjunção entre centros de pesquisa, universidades, capital de risco e o mercado” (DOLABELA, 2008). Nosso país, pela falta de valores positivos ligados a ideologia do trabalho, faz com que os brasileiros usem toda sua força e criatividade para superar as adversidades e não para arrumar estratégias de adequação a sua necessidade e sonhos, trazendo o significado de empreendedorismo para o combate à miséria. Isso implica em uma característica dos países emergentes, onde o empreendedorismo se baseia na necessidade, empresas são geradas de forma informal, sem planejamento, visão de futuro, entendimento do mercado, pois se trata de algo para suprir a necessidade de subsistência daquele que empreende (DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2009).

O tema obteve maior ênfase no país, a partir da década de 1990, quando entidade de apoio foi criada para o auxílio dos empreendedores, como é o caso do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Hoje são eminentes diversos programas de potencialização desse mercado. De acordo com o relatório de pesquisa realizada anualmente, uma parceria de diversas entidades do mundo, pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM, no Brasil o empreendedorismo continua crescendo, mesmo com o alto índice de mortalidade das empresas, sendo muito favorável a abertura de novos empreendimentos. O estudo mostra o crescimento nos índices de empreendedorismo, com destaque para as mulheres que vêm se posicionando como empreendedoras, atingindo 52,2% (cinquenta e dois vírgula dois por cento) dos casos e apresentam idade entre 25 (vinte e cinco) e 34 (trinta e quatro) anos, grau de

escolaridade menor que segundo grau completo, suas famílias são constituídas até quatro pessoas, ganham menos de três salários mínimos e são naturais da cidade que montam o empreendimento. O aumento do empreendedorismo por oportunidade que torna mais provável o sucesso do negócio; pouca inovação na geração de produtos e baixíssima perspectiva de geração de empregos. Contudo, a imagem do Brasil está excelente neste ramo, considerando que 80% (oitenta por cento) das pessoas consideram o empreendedorismo como opção de carreira. Outro dado que impressiona é que mesmo com a melhora nos índices, 84,5% (oitenta e quatro vírgula cinco por cento) dos empreendedores afirmam que não procurou nenhum órgão de apoio, que estão se fazendo cada vez mais presentes para proporcionar auxílio. Seguindo a mesma pesquisa, na região sul, segue a grande maioria dos resultados descritos para o país. Porém destaca-se o fato que houve queda nos índices relacionados e a região se encontra com os mais baixos índices da pesquisa no país. Contudo, se faz favorável o empreendedorismo na região (DORNELAS, 2012; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2014).

Quanto maior o conhecimento teórico do ramo de atuação pretendido, melhor elaborado é o plano de negócio, explorando todas as facetas dos produtos envolvidos. Conforme Degen (2011), para empreender se faz necessário à visualização de uma oportunidade de negócio, seguido de coleta das informações referentes ao mesmo, descrevendo conceitos e suas necessidades.

Assim, apresenta-se uma breve compreensão dos temas que envolvem a ideia da proposta, para uma melhor compreensão do empreendimento.

## **2.2 ASPECTOS DE UM CENTRO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO**

Para melhor compreensão dos aspectos de um centro de desenvolvimento humano, neste tópico, são apresentados alguns conceitos considerados relevantes que estão relacionados com o empreendimento proposto.

### **2.2.1 Cognição**

A definição de cognição não é bem clara, pois se utiliza para diversos usos referentes ao cérebro. Trata-se do conjunto dos processos mentais usados no pensamento, na classificação, reconhecimento e compreensão para o julgamento por meio do raciocínio para o aprendizado de determinados sistemas e soluções de problemas, ou seja, é a capacidade de armazenar, transformar e aplicar o conhecimento. Cognição, ou atividade mental, como processo aquisitivo, armazenagem, transformação ou aplicação de conhecimento (MATLIN, 2004).

É considerada uma ciência de natureza inter e multidisciplinar, pois é a união de conhecimentos para explicar os mistérios da mente humana. O estudo do desenvolvimento cognitivo nos remete a duas provocações: como se estrutura o pensamento e como as mudanças acontecem nos desenvolvimentos (FLAVELL, MILLER, MILLER, 1999; TABOADA, 2009).

A psicologia cognitiva, foca seus estudos no modo como as pessoas processam as informações, ou seja, como percebem, aprendem, recordam e pensam o conhecimento, sendo uma orientação teórica que evidencia o conhecimento obtido e os processos mentais. Estuda o processo adjacente de cada função cognitiva, sendo seu maior objetivo a compreensão dos processos do pensamento humano. Nesta esfera, constata-se os estudos dos processos perceptivos, atenção e concentração humana, tempo de reação, raciocínio lógico-matemático, tomada de decisão, memória, linguagem, entre outros. Com raízes filosóficas no Behaviorismo, a psicologia cognitiva é um dos mais novos ramos da psicologia e tem-se desenvolvido de forma independente desde o final da década de 50. A palavra teve origem nos escritos de Platão e Aristóteles (STERNBERG, 2000; HELENE, XAVIER, 2003; MATLIN, 2004; GOMES,

BORUCHOVITCH, 2005; LOPES, LOPES, GALERA, 2005, RIBEIRO, ALMEIDA, 2005; COLOM, FLORES-MENDONZA, 2006).

Já a terapia cognitiva, acredita que as emoções e comportamentos são influenciados pela percepção dos acontecimentos. Desta forma, o modo como as pessoas sentem e respondem a uma situação, está diretamente ligado ao modo com que ela interpreta e pensa o acontecimento, ou seja, a resposta emocional à situação é intermediada pela percepção (BECK, 1997).

Aeron Beck, fundador da terapia cognitiva, ainda é o principal autor citados nos estudos e trabalhos do ramo. Os pesquisadores da área focam nas estruturas de pensamento, como se formam e se modificam. Uma estrutura cognitiva é um componente da organização cognitiva, em contraste com os processos cognitivos que são passageiros (BECK, 1963, 1964; WILSON; BRANCH, 2011). As pessoas concedem significados, interpretações dos acontecimentos, pessoas, sentimentos, entre outros; assim, respondem em comportamentos determinados e criam diversos cenários possíveis referentes ao futuro e a sua identidade (BAHLS; NAVOLAR, 2004; WILSON; BRANCH, 2011).

Pode-se dessa forma, entender o desenvolvimento cognitivo, como o incremento das habilidades intelectuais que permitem o comportamento adequado e único das pessoas. “O estudo do desenvolvimento cognitivo proporciona uma perspectiva da evolução da capacidade de pensar e de como a mente gera conhecimento a partir da experiência” (KAY; TASMAN, 2000).

## **2.2.2 Programação Neurolinguística (PNL)**

A Programação Neurolinguística (PNL) é um conhecimento estruturado que reúne um conjunto de técnicas específicas capazes de promover, de maneira sublime, racional, eficaz, inteligente e elegante uma transformação acelerada, no comportamento e na comunicação das pessoas nos mais diferentes ambientes – terapia, comunicação, educação e negócios – pois permitem a modelagem e a duplicação de estratégias de excelência, objetivando a otimização de recursos, tempo e esforços, no desenvolvimento pessoal e profissional (ZEREDE, 2012; AMORIM, 2012).

Dedica-se a análise e à reprodução de excelência humana, sendo uma abordagem pragmática da comunicação ou uma atitude de mudança pessoal inspirada no estudo de práticas e sucessos; buscando o “como” e não o “porquê” das coisas. Assim, estuda como representamos e percebemos a realidade neurologicamente e como podemos alterar esta representação para atingirmos excelência em qualquer campo de interesse e em qualquer área da vida (BIDOT; MORAT, 1997; MARQUES, 2012; SOUZA, 2012).

Pode ser definida então, como um manual do funcionamento do cérebro humano, pois esta baseada no processo de funcionamento mental, por isso usa método que favorecem mudanças rápidas e profundas (Neuro), ajudando a ampliar significados limitantes (linguística) por meio de processos estudados e orientados para tal propósito (programação). Ou seja, como ele capta e registra informações do ambiente, de como as organiza, processa e mantém pensamentos, hábitos, padrões emocionais, comportamentais e comunicacionais que geram resultados repetitivos na vida; e também é um conjunto de ferramentas com as quais podemos alterar estes registros de modo a conseguir as mudanças que queremos em nossas vidas de maneira fácil e precisa (ZEREDE, 2012; SOUZA, 2012; DE ZORZI, 2012). Em resumo, descreve e ensina meios de por em prática um conjunto de modelos, estratégias e crenças que se utiliza visando uma melhor qualidade de vida, aprendendo a maneira de se comunicar consigo mesmo e com os outros (BIDOT, MORAT, 1997; SOUZA, 2012; AMORIM, 2012; ZEREDE, 2012).

### 2.2.3 Coaching

Segundo o *International Coaching Federation* – Brasil (ICF Brasil), a definição de *coaching* é a parceria entre o profissional especializado e treinado para o processo (*coach*) e a pessoa que passará por processo (*coachee*), em um criativo e estimulante procedimento que maximiza o potencial, buscando atingir objetivos e metas através de novos comportamentos (INTERNATIONAL COACH FEDERATION, 2013).

Assim, trata-se de um processo que utiliza diversas técnicas e ferramentas de várias ciências, sendo um mix de recursos em ciência do comportamento, como psicologia, sociologia, neurolinguística, entre outros, e ferramentas da administração de empresas. É uma metodologia que visa atender os seguintes pontos: atingir metas, solucionar problemas e desenvolver novas habilidades. Conduzida de forma confidencial, é uma maneira de definir os pontos individuais, aumentar a confiança, quebrando barreiras limitantes, proporcionando o conhecimento e atingindo o potencial máximo (GRAPÉIA, 2009; MARQUES, 2014).

Desta forma, o *coaching* é um processo contínuo que beneficia as pessoas com conhecimento e ferramentas, proporcionando oportunidade de aprendizado e a busca do equilíbrio emocional, na tomada de decisão e planejamento, trabalhando o autodesenvolvimento com a autonomia e mérito pelos resultados do contratante (GRAPÉIA, 2009; MARQUES, 2014).

## 3. MÉTODO

No desenvolvimento deste estudo, escolheu-se a utilização de duas etapas que se complementam para de forma mais eficiente obter as informações necessárias para o desenvolvimento desta viabilidade. Na primeira etapa, denominada qualitativa exploratória, foi realizada para melhor atender os termos e necessidades gerando maior subsídio para a segunda etapa. Utilizou-se a técnica de entrevista em profundidade, com um roteiro de entrevista para a realização das mesmas, que foram gravadas com a autorização dos respondentes, gerando subsídios de fonte primária.

A pesquisa qualitativa é uma metodologia de pesquisa que tem como propósito identificar o que pensa o público alvo, identifica os motivos e busca o detalhamento do por que, e toda sua complexidade, que os indivíduos fariam ou não determinada ação. Desta forma, diferenciam-se as respostas que são motivadas pelas mesmas razões, busca-se a subjetividade que envolve o comportamento (AAKER, KUMAR, DAY, 2004; MCDANIEL, GATES, 2005; MALHOTRA, 2012).

A pesquisa quantitativa descritiva, segunda etapa, gerou dados primários utilizando como ferramenta questionário de pesquisa, para o público alvo, realizando análises estatísticas por meio de frequências e médias. Este questionário é estruturado e planejado, possui em sua maior parte gradação de opinião e perguntas fechadas e diretas que respondam o propósito estabelecido. Baseada em métodos estatísticos, a pesquisa quantitativa visa identificar as preferências do público alvo, por meio de uma amostra de uma população, quantificando os dados e definindo os interesses, atitudes, comportamentos e estimar o potencial do negócio e o tamanho de sua importância. O tipo de amostra escolhida nesta etapa foi a não probabilística por conveniência. A amostra não probabilística trata-se de uma técnica em que se utilizam procedimentos de seleção por acaso, ou seja, não se possui o conhecimento da probabilidade dos elementos (MCDANIEL, GATES, 2005; MALHOTRA, 2005, 2012).

Nas duas etapas descritas, realizou-se um pré-teste para verificação da qualidade das ferramentas e se estas atendiam os objetivos da pesquisa. O propósito do pré-teste é assegurar se a ferramenta de coleta de dados está em conformidade com o escopo do estudo realizado,

verificando a clareza das questões para o entendimento do entrevistado, estimar as respostas obtidas e o tempo médio para cada coleta (MCDANIEL, GATES, 2005; SAMARA, BARROS, 2007). Após este refinamento, foram conduzidas as coletas de dados.

### **3.1 PROCESSO DE COLETA DE DADOS**

Neste tópico, são descritas as etapas de coleta de dados do estudo.

#### **3.1.1 Etapa Exploratória Qualitativa**

A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de entrevistas em profundidade, conforme roteiro de entrevista semiestruturado, o que facilitou a condução das mesmas. Desenvolveu-se o pré-teste com dois respondentes, em que não foi verificada a necessidade de alterações no roteiro. Buscou-se nesta etapa a opinião de pessoas que trabalham com recrutamento e seleção e na gestão de pessoas em empresas da cidade, para fundamentar a necessidade do empreendimento proposto. Foram contatados, entre profissionais e empresas, quinze respondentes, dos quais foram agendadas sete entrevistas, nos meses de maio e junho de 2014, em que foram debatidas as dez questões contidas no roteiro, em uma duração média de quarenta minutos. As mesmas foram gravadas, com a autorização dos respondentes e não houve identificação dos mesmos. A partir do momento em que houve redundância nas informações dos entrevistados, se finalizou esta etapa. A análise dos comentários terá ênfase na próxima seção.

#### **3.1.2 Etapa Descritiva Quantitativa**

Nesta etapa da pesquisa, utilizou-se um questionário como ferramenta da pesquisa, contendo dezessete questionamentos. O pré-teste foi conduzido no mês de maio de 2014, com cinco respostas. Para a aplicação da pesquisa os questionários foram enviados por meio de redes sociais e e-mails, para profissionais atuantes, no período de 05 de junho e 21 de junho de 2014. Propiciou-se a pesquisa para aproximadamente duzentos e cinquenta profissionais, com retorno de 208 questionários totalmente respondidos.

### **3.2 PROCESSO DE ANÁLISE DOS DADOS**

Na análise dos dados, foi realizada a interpretação das entrevistas, e na sequência, foram analisados os dados coletados a partir do questionário com o auxílio de um programa computacional para tabulação e construção dos gráficos.

## **4. RESULTADOS DA PESQUISA**

Nesta seção, são descritos os resultados encontrados nas pesquisas, que auxiliaram na análise da viabilidade do empreendimento proposto.

### **4.1 ANÁLISE DA ETAPA EXPLORATÓRIA QUALITATIVA**

Verificam-se, nas entrevistas, vários elos de pensamento entre os respondentes, cada um deles respondeu as perguntas conforme suas vivências e ramo de atividade. Entre os sete respondentes, todos destacaram de grande relevância o empreendimento proposto pela acadêmica. Para melhor entendimento dos resultados, optou-se por analisar cada

questionamento, realizado para os profissionais, individualmente, ressaltando os pontos em comuns e observações realizadas.

#### ***Quanto as principais demandas na área de formação de pessoas***

Com relação às principais demandas na formação de pessoas, a maioria dos respondentes, congregou a ideia ao conceito – Conhecimento, Habilidades e Atitudes (CHA). Outros pontos citados pelos participantes foram à formação dos profissionais, e a comunicação com uma frequência um pouco menor.

#### ***Quanto às lacunas no perfil dos profissionais***

Referente à indagação da existência de lacunas todos os respondentes concordam com essa realidade. Ressaltando a questão anterior, as brechas encontradas referem-se ao conceito – Conhecimento, Habilidades e Atitudes (CHA), e a falta de experiência, com igual relevância.

#### ***Quanto às opções para suprir estas lacunas***

Para a solução dos efeitos das lacunas existentes nos profissionais do mercado, os respondentes citaram a necessidade de treinar e desenvolver os profissionais. Outro ponto, que surgiu como alternativa, fora a busca de profissionais mais qualificados na concorrência em uma frequência muito pequena.

#### ***Quanto à dificuldade de contratação de lideranças***

A abordagem sobre as dificuldades na hora da contratação de líderes observou-se novamente o surgimento do conceito – Conhecimento, Habilidades e Atitudes (CHA), na grande maioria das respostas. O perfil técnico do profissional, também fora destacado em uma menor frequência e a qualificação por uma parte menor dos respondentes.

#### ***Quanto aos critérios de seleção e promoção dos profissionais***

Para a seleção e promoção de profissionais existiu maior resistência nas repostas pelos respondentes, não querendo expor detalhes das organizações. Não foi possível identificar com clareza as empresas que possuem instituído avaliações de desempenho. Pontos de afinidade como comportamento, se apresentou na mesma frequência. Pró-atividade e responsabilidade se destacaram em poucas respostas. Contudo, foram destacados outros quesitos importantes para a avaliação, como: desenvolvimento, perfil, formação, experiência, conhecimento, foco e ética.

#### ***Quanto às alternativas para obtenção de profissionais***

As alternativas descritas pelos respondentes, para obtenção dos profissionais, foram equilibradas, tanto para formação interna quanto externa. Um entrevistado acredita que a alternativa estaria ligada a benefícios e salário.

#### ***Quanto à avaliação e rendimento das pessoas***

Para a avaliação dos profissionais, a pesquisa mostrou que dois fatores se destacam para os respondentes. A avaliação de desempenho, citada pela maioria e resultados/contribuições em/para equipe com frequência um pouco menor nas respostas.

#### ***Quanto a proporcionar alternativas/cursos na área***

Indagados se já ofereceram alternativas ou curso na área do projeto proposto encontrou-se na mesma frequência a negações da questão e a Procura por utilizar estas ferramentas com recursos internos. A grande maioria, porem procura auxílio externo e desenvolvimento interno na área. Outro ponto a ressaltar é que grande parte dos entrevistados gostaram dos resultados obtidos.

## 4.2 ANÁLISE DA ETAPA DESCRITIVA QUANTITATIVA

Neste tópico, são descritas as análises dos 208 questionários.

### *Caracterização da amostra*

A pesquisa obteve 208 (duzentas e oito) respostas, aos quais 62% (sessenta e dois por cento) eram mulheres e 38% (trinta e oito por cento) eram homens. A faixa etária dos respondentes apresentou a estrutura onde se destacou as faixas entre 20 (vinte) e 29 (vinte e nove) anos com 50% (cinquenta por cento) e 30 (trinta) a 39 (trinta e nove) anos com 32% (trinta e dois por cento).

### *Importância do equilíbrio emocional na vida*

A pesquisa revelou que 81% (oitenta e um por cento) da amostra acredita que o equilíbrio emocional é de extrema importância para a sua vida e 19% (dezenove por cento) dizem ser muito importante, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Importância do equilíbrio emocional na vida

Descrição	Quantidade	Percentual
Nada importante	0	0%
Pouco importante	0	0%
Importante	0	0%
Muito importante	39	19%
Extremamente importante	169	81%
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

### *Importância do desenvolvimento humano na carreira*

Quando indagados sobre a importância do desenvolvimento humano na carreira, a pesquisa levantou os dados encontrados na Tabela 2, que mostram 64% (sessenta e quatro por cento) crê que é extremamente importante e 33% (trinta e três por cento) que é muito importante.

Tabela 2 – Importância do desenvolvimento humano na carreira

Descrição	Quantidade	Percentual
Nada importante	0	0%
Pouco importante	0	0%
Importante	6	3%
Muito importante	69	33%
Extremamente importante	133	64%
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

### *Quanto ao grau de importância dos temas para desenvolvimento referidos*

Seguindo as sugestões encontradas no questionário, foi assinalado o grau de importância para cada tema pelo participante, considerando 1 (um) “nada importante” e 5 (cinco) “extremamente importante”. Verifica-se que a administração de conflitos lidera o interesse das pessoas, seguido de desenvolvimento interpessoal liderança. A avaliação mais baixa, e a única

com conceito inferior a importante, foi em hipnose, que obteve 2,37 (dois vírgula trinta e sete), conforme a Tabela 3.

Tabela 3 – Importância dos temas para desenvolvimento

Importância	1	2	3	4	5	TOTAL
Liderança	1 0%	0 0%	51 25%	83 40%	73 35%	208 100%
Oralidade	0 0%	10 5%	57 27%	83 40%	58 28%	208 100%
Técnicas de negociação	1 0%	10 5%	69 33%	78 38%	50 24%	208 100%
Desenvolvimento Interpessoal	0 0%	5 2%	37 18%	89 43%	77 37%	208 100%
Coaching	5 2%	14 7%	61 29%	81 39%	47 23%	208 100%
Técnicos / Profissionalizantes	0 0%	16 8%	76 36%	67 32%	49 24%	208 100%
Estratégias de decisão	0 0%	8 4%	52 25%	89 43%	59 28%	208 100%
Administração de Conflitos	1 0%	8 4%	40 20%	69 33%	90 43%	208 100%
Programação Neurolinguística	6 3%	20 10%	60 28%	68 33%	54 26%	208 100%
Vendas	2 1%	30 14%	73 35%	69 33%	34 17%	208 100%
Hipnose	61 29%	63 30%	48 23%	18 9%	18 9%	208 100%

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

### *Comparativo de resultados*

Após analisar as pesquisas, percebem-se alguns pontos importantes que devem ser levados em consideração na abertura do negócio proposto. Os resultados indicaram muitos dados que já eram esperados, como as pessoas se importarem com o seu desenvolvimento humano e equilíbrio emocional, buscando opções que as ajudem neste quesito. Dentre as opções indicadas, a preferência no escopo é liderança, estratégias de decisão, administração de conflitos e desenvolvimento interpessoal, o que não é surpresa devido a tendência estressante das pessoas. Na hora de escolher uma empresa que proporcione formações, cursos e palestras, a pesquisa mostrou que a qualidade, confiança e o currículo do ministrante são o ponto de decisão.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pelo desenvolvimento de profissionais ao seu máximo com efetividade e equilíbrio emocional por meio de ferramentas cognitivas, trouxe ao presente estudo a resposta da seguinte questão: **é considerada viável a implantação de um centro de desenvolvimento humano na cidade de Caxias do Sul-RS.**

Percebeu-se o quanto é importante o estudo prévio para realmente analisar a viabilidade ou não do negócio. O conteúdo de maior relevância no estudo são as pesquisas, de onde se obteve informações que possibilitaram a avaliação e aceitação do público usuário. Nos resultados obtidos, verificou que 81% (oitenta e um por cento) dos participantes acreditam ser extremamente importante o equilíbrio emocional; 97% (noventa e sete por cento) acreditam que é muito ou extremamente importante o desenvolvimento humano para a carreira. Quanto à importância da proposta da acadêmica, 78% (setenta e oito por cento) responderam ser de muita ou extrema importância.

Com os resultados da pesquisa, entende-se que o tema é relevante e precisa ser apresentado de forma mais aprofundada, desenvolvendo um plano de negócios que apresente

estruturação de marketing, planejamento estratégico e operacional, assim como preparação de equipe de trabalho e uma análise financeira para o investimento.

As dificuldades do empreendedor são inúmeras, entretanto, percebe-se que no contexto das organizações brasileiras, surgem novos empreendedores diariamente, com novas perspectivas, na busca da independência profissional e pelas próprias condições do mercado brasileiro, no qual as organizações maiores reduzem seu quadro de funcionários e proporcionam ao mercado, profissionais com uma qualificação adequada para abrirem seu próprio empreendimento.

## REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de marketing**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004. 745 p.

AMORIM, D. Programação neurolinguística – um ferramenta de comunicação para o “mundo dos negócios”. In: PERCIA, A.; SITA, M. (Org). **Manual completo de PNL – Estratégias de grandes especialistas de Programação Neurolinguística para alcançar a excelência**. São Paulo: Editora Ser Mais, p.43-50, 2012.

BAHLS, S. C.; NAVOLAR, A. B. Terapia cognitivo-comportamentais: conceito e pressupostos teóricos. **PsicoUTPonline**, Curitiba, n.4, jul.2004.

BECK, A. T. **Thinking and depression I: Idiosyncratic content and cognitive distortions**. Archives of General Psychiatry 9, 324-333. 1963.

BECK, A. T. **Thinking and depression II: Theory and Therapy**. Archives of General Psychiatry 10, 561-571. 1964.

BECK, J. S. **Teoria cognitiva: teoria e prática**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

BIDOT, N.; MORAT, B. **Neurolinguística prática para o dia-a-dia: técnicas e exercícios para estabelecer uma boa relação com as pessoas; atingir metas; obter amadurecimento pessoal**. São Paulo: Nobel, 1997. 135 p.

COLOM, R.; FLORES-MENDONZA, C.E. Armazenamento de curto prazo e velocidade de processamento explicam a relação entre memória de trabalho e o fator g da inteligência. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v.22, n.1, p.113-122. 2006.

DEEPASK, 2012; Confira o PIB - Produto Interno Bruto - no seu município - CAXIAS DO SUL, RS. Disponível em: <http://www.deepask.com/goes?page=caxias-do-sul/RS-Confira-o-PIB---Produto-Interno-Bruto---no-seu-municipio> Acesso em: 26 out. 2014

DE ZORZI, Delis. **Practitioner em Programação Neurolinguística**. Caxias do Sul, 2012 [Apostila do Curso de Formação Internacional em Programação Neurolinguística – PNL Way]

DE ZORZI, D. **PNL Way**. 2014. [Entrevista concedida a Clarissa Braun Teixeira].

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 319 p.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios : como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. xviii, 260 p.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, c2009. xii, 166 p.

FLAVELL, John H.; MILLER, Patricia H.; MILLER, Scott A. **Desenvolvimento cognitivo**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 1999. 341 p. (Biblioteca Artmed. Ciência cognitiva.)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2013**. Disponível em <<http://www.ibqp.org.br/gem/>>. Acesso em 26 de maio de 2014.

GOMES, M. A. M., BORUCHOVITCH, E. Desempenho no Jogo, Estratégias de Aprendizagem e Compreensão na leitura. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v.21, n.3, p.319-326, 2005.

HELENE, A. F.; XAVIER, G. F. A construção da atenção a partir da memória. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v.25, p.12-20, 2003.

HELFERT, Erich Anton. **Técnicas de análise financeira**. 9.ed. Porto Alegre: Bookman, 2000. 411 p. ISBN 8573075139.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços**: conceitos, estratégias e casos. 2.ed. São Paulo:Thomson, 2003. xx,628 p.

INTERNATIONAL COACH FEDERATION – Brasil Charter chapter. Disponível em: <<http://icfbrasil.org/icf/index.asp?id=2>>. Acesso: 14 jun 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE – IBQP. Disponível em:<<http://www.ibqp.org.br/pagina-conteudo/3/gem---programa-empendedorismo/47/downlold>> . Acesso em: 5 jun 2014

KAY, J.; TASMAN, A. **Psiquiatria**: ciência comportamental e fundamentos clínicos. São Paulo: Manole, 2000.

LOPES, E.; LOPES, R. F. F; GALERA, C. A. Memória de trabalho viso-especial em crianças de 7 a 12 anos. **Estudo de Psicologia**, 10(2), 207-214. 2005.

MCDANIEL JR., Carl; GATES, Roger. **Fundamentos de pesquisa de marketing**. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. xviii, 312 p.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. xxx, 735 p.

MARQUES, J. R. Programação Neurolinguística e suas aplicações no processo de Coaching. In: PERCIA, A.; SITA, M. (Org). **Manual completo de PNL – Estratégias de grandes especialistas de Programação Neurolinguística par alcançar a excelência**. São Paulo: Editora Ser Mais, 2012, v. p. 91-98.

MARQUES, J. R. **O que é coaching?**. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/tudo-sobre-coaching/coaching/o-que-e-coaching/>>. Acesso em: 24 jun. 2014.

MATLIN, M. W. **Psicologia cognitiva**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2004. xviii, 403 p.

MENDES, J. **Manual do empreendedor**: como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009. xvii, 241 p.

PAVANI, P. O. C. **A inclusão dos princípios fundamentais do empreendedorismo empresarial no Curso Técnico em Agrotécnica Federal de Barbacena-MG**. 2006. 72f. Dissertação (Pós Graduação) – Instituto de agronomia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Programa de Pós Graduação em Educação Agrícola, Seropédica, 2006. Disponível em: <http://www.ia.ufrj.br/ppgea/dissertacao/Paulo%20Orlando%20de%20Castro%20Pavani.pdf> . Acesso em: 07 ago. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAXIAS DO SUL. **Perfil Socioeconômico**. Caxias do Sul, 2011. Disponível em: <[http://www.caxias.rs.gov.br/\\_uploads/desenv\\_economico/perfil\\_caxias.pdf](http://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf)>. Acesso em: 16 abr. 2014.

RIBEIRO, I. S.; ALMEIDA, L. S. Velocidade de processamento na definição e avaliação da inteligência. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v.21, n.1, p.1-5, 2005.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007

SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 4.ed. São Paulo: Pearson, 2007. xiv, 273 p.

SOUZA, P. Coaching e PNL. In: PERCIA, A.; SITA, M. (Org). **Manual completo de PNL – Estratégias de grandes especialistas de Programação Neurolinguística par alcançar a excelência**. São Paulo: Editora Ser Mais, 2012, p.131-138.

STERNBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. xiii, 591 p.

TABOADA, N. G. **A implementação de jogos de regras no cotidiano escolar como forma de estimulação das funções executivas**. 2009. 82f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.cfh.ufsc.br/~ppgp/Nina%20Garcia%20Taboada.pdf>> Acesso em: 04 mai. 2014.

THOREAU, Henry David. **Walden e outros escritos**. Rio de Janeiro: Revista Branca, 1953.

ZEREDE, A. A PNL e a Reflexoterapia fisiológica Neural – Parte I. In: PERCIA, A.; SITA, M. (Org). **Manual completo de PNL** – Estratégias de grandes especialistas de Programação Neurolinguística par alcançar a excelência. São Paulo: Editora Ser Mais, 2012, p.11-18.