

DESISTENTE TAMBÉM APRENDE – PESQUISA DE CURSO PELA INTERNET

Maria Angela Soares Lopes
SEBRAE NACIONAL maria.angela@sebrae.com.br

Mirela Luiza Malvestiti
SEBRAE NACIONAL mirela@sebrae.com.br

Hélio de Almeida Fernandes
Universidade Federal Fluminense summah@terra.com.br

Andreia Calderan
SEBRAE NACIONAL andriacalderan@sebrae.com.br

RESUMO

Este trabalho apresenta resumo das conclusões do relatório “Pesquisa com Desistentes do Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio pela Internet-SEBRAE”, contendo metodologia utilizada, perfil da amostragem, motivos de não conclusão e encaminhamentos adotados com base nas sugestões dos não concludentes.

A pesquisa, aplicada por meio de entrevistas telefônicas, incluiu dez perguntas, entre fechadas, abertas e de múltipla escolha prévia. Foram separados os motivos pessoais de desistência dos motivos ligados ao curso. Os entrevistados podiam eleger mais de um motivo.

Motivos pessoais alcançaram 83,4% e apenas 7,6% apresentaram razões ligadas ao curso. Entre os motivos pessoais os principais foram “falta de disponibilidade de tempo” (51,8%), e “problemas com o computador e com a Internet” (23,7%). Nas razões ligadas ao curso (7,6%), a maior incidência foi “dificuldade de navegação e no manuseio da ferramenta” (2,1%), que também pode ser considerada razão pessoal.

Fruto do elenco de sugestões dos entrevistados, alguns procedimentos já foram implementadas pelo SEBRAE.

Mais que gratificante foi a constatação de que 81% dos alunos, mesmo desistentes, aprenderam novos e úteis conhecimentos.

Esta pesquisa contribui para a avaliação e reflexão sobre o Curso IPGN pela internet, bem como para outros programas de educação à distância.

PALAVRAS-CHAVE:

EVASÃO – APROVEITAMENTO – E-LEARNING - PESQUISA

1 – INTRODUÇÃO

É notório que os cenários tecnológico, econômico, cultural e geopolítico universais têm experimentado transformações tão radicais quanto rápidas. O Brasil, comprometido com suas prioridades de geração de emprego, combate à fome, minimização de desigualdades e distribuição de renda, se empenha mais sistematicamente no combate à pobreza e à exclusão social. Neste quadro de urgências, todas as instituições, vinculadas ou não ao poder público, têm de repensar seu desempenho, no sentido de lograr mais produtividade, mais efetividade, para atingir o grau de contribuição que a Nação exige de todos.

Para o SEBRAE, nada disto é exatamente um desafio novo. Dentro de seu universo de atuação, estão as micro e pequenas empresas – MPE -que envolvem aproximadamente 20 milhões de empreendimentos, 98% dos negócios existentes e 42% da massa salarial. Os 18,5 milhões de pequenos negócios brasileiros contribuem com 20% do Produto Interno Bruto, ou seja, uma grandeza proporcional ao tamanho das responsabilidades do SEBRAE.

No biênio 1999/2000, o SEBRAE atendeu a 3,5 milhões de pessoas, a 11,5 milhões de consultas, realizou 138 mil cursos, envolveu 4.588 municípios e fez parceria com 2.000 entidades. Desde o ano 2002, o SEBRAE tem como uma de suas prioridades dar, a milhões de pessoas de todo o País, a acessibilidade à educação continuada, à cultura empreendedora e da cooperação, como forma de criação, sustentação e fortalecimento dos pequenos negócios.

Se os números envolvidos - característicos de um país-continente - chegam a esse volume, igualmente grande tem sido o salto qualitativo perseguido pelo SEBRAE. Não se trata apenas de levar a milhões de brasileiros os programas de capacitação, mas também de totalizar a qualidade destes programas através de uma nova fundamentação teórica, preconizada nos *“Referenciais para uma nova práxis educacional”*, *Série Documentos, Edições SEBRAE*, que inclui na educação os valores pessoais, culturais, econômicos e sociais. Ou como diz o próprio documento: *“...utilização de novos processos, métodos e tecnologias educacionais que consideram as dimensões individuais sociais e transcendentais do ser humano e as maneiras adequadas de proporcionar o desenvolvimento dessas funções inseparáveis e complementares”*.

Esta política educacional, orientada pelo relatório “Educação para o Século XXI”, da UNESCO, propõe estabelecer a relação entre os princípios das teorias de aprendizagem cognitivista, humanista e sociocrítica e os pilares para a educação propostos naquele documento – **aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser**.

De acordo com o contido nos “Referenciais”, temos:

Aprender a conhecer – não somente a aquisição de um repertório de saberes, de uma cultura geral extensa, mas também o domínio dos próprios instrumentos do conhecimento. Significa aprender a aprender.

Aprender a fazer – que pretende responder a duas perguntas: como ensinar o aluno a pôr em prática os seus conhecimentos? E como adaptar a educação à prática da cultura empreendedora, quando se desconhece sua evolução?

Aprender a conviver – que concebe uma educação como ferramenta capaz de harmonizar conflitos, ou de resolvê-los de maneira assertiva, por meio do conhecimento das pessoas, das suas culturas e espiritualidade, da valorização do pluralismo, da compreensão mútua e que aposta na esperança de paz, em contraposição a um mundo de violência.

Aprender a ser – que sustenta que a educação deve contribuir para o desenvolvimento total da pessoa e do ser humano: espírito e corpo, inteligência, sensibilidade, responsabilidade pessoal e social, espiritualidade. Todo ser humano deve ser preparado para elaborar pensamentos autônomos, para formular seus próprios juízos críticos, para agir por si mesmo e se orientar frente a circunstâncias diversas.

Esta capacidade de autonomia, de discernimento e de responsabilidade pessoal e social desenha os próprios requisitos necessários a um empreendedor, que segundo o documento “Referências” *“...é compreendido como o indivíduo que possui uma atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo. Essa postura, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, favorece a interferência criativa e realizadora, no meio, resultando em ganhos econômicos e sociais.”*

Trata-se, em outras palavras, do desenvolvimento pleno dos potenciais de percepção, memória, raciocínio, indução, dedução, inferência, decisão, generalização, aprofundamento, sentido estético, criatividade, comunicabilidade, instrumentos construtores da auto-realização de que fala Maslow.

Ao encampar a causa do empreendedorismo, o SEBRAE dispõe de soluções educacionais de pleno êxito, entre as quais se alinha o Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio, disponível em versão presencial e via internet, em harmonia com as prioridades estabelecidas pelo SEBRAE e em sintonia fina com a sua filosofia educacional. O foco do presente trabalho é exclusivamente a versão pela internet.

2 – JUSTIFICATIVA

O sistema de Controle – ao lado do Planejamento, da Organização e da Liderança – é uma das quatro etapas fundamentais da gestão, inclusive de programas de educação a distância. A pesquisa que versa este artigo, se constitui em instrumento para se corrigir rumos, analisar mudanças de cenários, prever campos de força, prevenir problemas, suprir deficiências e possibilitar a efetividade.

Por meio da avaliação, componente essencial do controle, se pode aprender com os erros e legitimar os acertos. No caso específico da educação a distância, ainda convivemos com a falta de um modelo consolidado para um sistema de avaliação, a ser aplicado continuamente nas áreas de planejamento, desenvolvimento e implementação de programas.

Destinado a quem deseja aprimorar conhecimentos conceituais, técnico, instrumentais sobre empreendedorismo, finanças e mercado, através da elaboração orientada de um Plano de Negócio, o Curso IPGN – Iniciando um Pequeno Grande Negócio pela Internet, consolidou-se como uma das mais bem sucedidas experiências de educação a distância no Brasil. Gratuito, de acesso aberto e aplicado em larga escala, via Internet, o curso é oferecido

pelo SEBRAE desde maio de 2001 e já atendeu, a mais de 62 mil alunos e se dispõe a prover acesso, nos próximos dois anos, a outros 168 mil empreendedores.

O curso IPGN pela internet foi avaliado como excelente ou bom por 99,03% dos alunos que o concluíram, estando a média de conclusão em torno de 60% e atingindo mais de 80% em algumas turmas, índice considerado ótimo. Embora esses índices venham aumentando desde o lançamento do curso, tornou-se necessário pesquisar junto aos não concludentes, os motivos que os levaram a abandonar o curso. No curso realizado no período de 6 de agosto a 5 de outubro de 2002, dos 13.600 inscritos, 6.269, ou seja, 46,1%, não concluíram o conjunto de exercícios que os habilitaria ao recebimento do certificado.

A Pesquisa com Desistentes do Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio pela Internet, investigou e analisou as causas da evasão de alunos e os aspectos técnicos e pedagógicos nos processos de ensino e de aprendizagem do curso em questão.

Esta pesquisa, que inaugura uma nova fase na Gestão de Educação a Distância, é o objeto desta exposição, que resume os resultados obtidos e que se já se mostraram relevantes para os fins a que se propôs.

3 – A PESQUISA

3.1. Conteúdo, Metodologia e Operacionalidade

Formatou-se o conteúdo da pesquisa de forma a se identificar as variáveis motivadoras e as desmotivadores para a não conclusão do Curso IPGN pela internet, de forma a contemplar igualmente os **motivos pessoais** e os **motivos ligados ao curso**, tabulados tanto isoladamente como em conjunto. O instrumento de entrevista, entre outras perguntas, propunha uma questão aberta sobre os motivos que levaram o entrevistado à não conclusão, cujas respostas foram registradas pelo entrevistador, da forma mais literal possível, para tabulação posterior. Os pesquisadores foram orientados a explorar as respostas mais significativas, de modo a enriquecer a interpretação dos resultados. Ao entrevistado foi permitido, e mesmo incentivado, que ele listasse quantas razões julgasse procedentes. Assim foi possível, não somente produzir uma informação mais detalhada e qualitativa, como também se obter uma distribuição quantitativa dos principais motivos alegados.

3.2. Universo e amostragem

Procedeu-se ao sorteio de uma amostra aleatória de 380 entrevistados, distribuídos proporcionalmente entre as unidades da Federação, em um universo de 6.269 inscritos que não concluíram o curso IPGN pela internet no período de 6 de agosto a 5 de outubro de 2002. Embora esta amostragem esteja limitada a esse curso, os resultados gerais podem ser considerados válidos para turmas anteriores e posteriores. Previstos eventuais casos de dificuldade ou impossibilidade de realizar a entrevista (recusa, telefone errado, antigo ou inoperante, etc), para cada participante não concluinte amostrado, foram sorteados dois substitutos, sem distorcer a distribuição proporcional da mostra.

3.3. Perfil do grupo

Dois em três não concludentes amostrados são homens, mais da metade possui ou está cursando nível superior, cerca de 20% completaram o ensino médio e pouco mais de 10% têm pós-graduação. Cerca de 93% dos entrevistados mantêm ocupação habitual. Os maiores grupos são: funcionários de empresas privadas (32,4%); estudantes (14,5%); empresários (13,4%); autônomos (10,5%); funcionários públicos (8,2); profissionais liberais (6,6%); desempregados (5,5%). Os restantes 26,4% estão disseminados em variadas profissões, atividades e circunstâncias (artistas, militares, aposentados, donas de casa, bancários, analistas, escriturários, professores, etc), e não constituem um grupo significativo, pois os percentuais de cada grupo atingem cerca de 1%.

A distribuição de alunos não concludentes pelo último módulo não cursado, revelou-se relativamente homogênea entre; a) os que não iniciaram; b) os que foram até a Introdução; e c) os que avançaram até o 3º módulo, pois varia entre 17 e 18%. De forma esperada, cai para 11% entre os que foram até o 4º módulo e para 2% para quem desistiu no quinto e último módulo.

Mais de 2/3 dos entrevistados usa a Internet para fins profissionais e de lazer e apenas 10,8% não a utilizam para fins profissionais. 1/5 dos entrevistados já participou de outros cursos de educação a distância e apresenta, portanto, certa familiaridade com esta modalidade de educativa.

3.4. Margem de erro e Confiabilidade

A margem de erro amostral está situada em 5%, em um intervalo de confiança de 95,5%, considerada a maior heterogeneidade possível dos entrevistados.

4 - MOTIVOS PARA A NÃO CONCLUSÃO DO CURSO

As tabelas elaboradas, bem como seus cruzamentos, complementados por anotações dos entrevistadores em cada questionário, permitem maior detalhamento das motivações alegadas para a não conclusão do curso. Entretanto, elas constituem material por demais extenso para ser transcrito nos limites desta apresentação. Contudo, podemos com segurança resumir:

4.1. Motivos pessoais relacionados ao próprio entrevistado

Na percepção espontânea de 51,8% dos entrevistados, a razão maior para a não conclusão do curso foi, genericamente, a falta de tempo para realizar as tarefas demandadas. Aprofundadas as causas e descontados os motivos mais específicos, ainda que relacionados com o fator tempo, como viagens e problemas de família, mesmo assim 44,7% alegaram não dispor de tempo para realizar o curso. Ou seja, não se trata exatamente de desmotivação, nem perda de interesse, mas de impedimentos causados por compromissos com outras atividades ou responsabilidades.

Além de problemas de saúde e de viagens, foram registrados incidentes pessoais como a perda do emprego, o que em muitos casos acarretava também a perda de acesso à Internet.

Compreende-se que a rubrica geral de “falta de disponibilidade de tempo” reflete, apesar de uma rotina de tempo integralmente preenchido, uma expectativa de “arranjá-lo”. Daí decorre que este público, exatamente porque não dispõe de tempo, prefere dedicar-se a tarefas de maior resultado imediato e postergam o investimento de tempo em ganhos de conhecimento que, embora reconhecidos de grande valor, são relegados a eventuais sobras de tempo.

Não existem horários pré-estabelecidos, nem companhia física mutuamente incentivadora. Assim, o desempenho no curso exige mais disciplina, já que depende exclusivamente de uma atitude pessoal, desvinculada de compromisso de horário e de deslocamento físico, com o que é o caso dos cursos na modalidade presencial.

Os itens “*problemas com o computador*”, indicado como motivo para a não conclusão por 15,4% dos entrevistados, e “*problemas com acesso à Internet*”, por 8,2%, somados resultam em 23,7% e apontam as dificuldades pessoais quanto à disponibilidade e operacionalidade dos equipamentos. Alguns entrevistados relataram que o curso foi sua primeira experiência com a utilização da Internet e que não dispunham de ajuda ou suporte técnico para solução de problemas e de dúvidas relacionadas ao uso desta tecnologia, tais como “trancamento” do sistema, baixar arquivos, etc.

Falta de disponibilidade constante de computador e desconhecimento do uso de ferramentas de acesso à Internet representam, ainda, um sério obstáculo para aqueles desprovidos de equipamentos e de conhecimentos básicos dos procedimentos da rede.

Note-se que estas questões estão relacionadas entre os “motivos pessoais”, ou seja, a dificuldades imputadas a si mesmos pelos entrevistados e não às relacionadas ao curso, nas quais este tipo de dificuldade também foi apontada, porém em proporção muito menor.

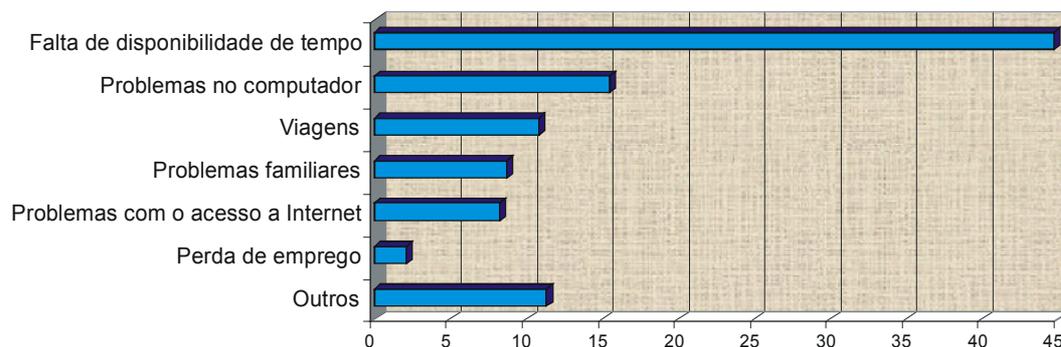
Por meio de cruzamentos das tabelas, verifica-se que problemas com o computador estão mais associados à desistência na introdução do curso. Também ocorre desistência significativa na introdução ou a partir do segundo módulo geradas pela falta de disponibilidade de tempo, o que indica certa coerência no conjunto.

A finalidade do uso da Internet também está associada à desistência. A justificativa “falta de disponibilidade de tempo” é mais freqüente entre os que a utilizam profissionalmente e também para fins pessoais. Entre os que utilizam a Internet apenas para fins pessoais, a principal desmotivação são os problemas com o computador. Provavelmente os usuários domésticos tendem a possuir equipamentos menos eficientes e uma infra-estrutura de uso e de atualização de software ausente. As mulheres desistentes estão mais concentradas no perfil dos que utilizam a Internet com fins não-profissionais.

O tipo de utilização da Internet também influi na progressão dos módulos antes da desistência. A utilização para fins não-profissionais está mais associada à desistência nos módulos iniciais.

Vejamos o quadro geral das principais razões de abandono por motivos pessoais:

Motivos pessoais para não concluir o curso



Legenda: percentual de resposta relacionadas às variáveis

O gráfico assinala claramente as duas maiores causas de abandono

4.2. Motivos relacionados ao próprio curso

Foi pequeno o número de indicações quanto às questões de desistência em razão do curso em si mesmo. Apenas 29 entrevistados, ou seja, 7,8%, alegaram dificuldades relacionadas com o curso como motivo para não tê-lo concluído. Os principais motivos apontados foram: dificuldade de navegação (1,6%); forma de apresentação do layout (1,3%), Apurou-se que 0,8% julgam o conteúdo muito difícil, enquanto outra parcela de 0,5%, considerou o conteúdo muito fácil.

A análise dos resultados detalhados na tabulação indica que o item conteúdo representa, talvez, um dos poucos fatores claramente indicados, embora tenha sido apontado por um pequeno número de entrevistados,

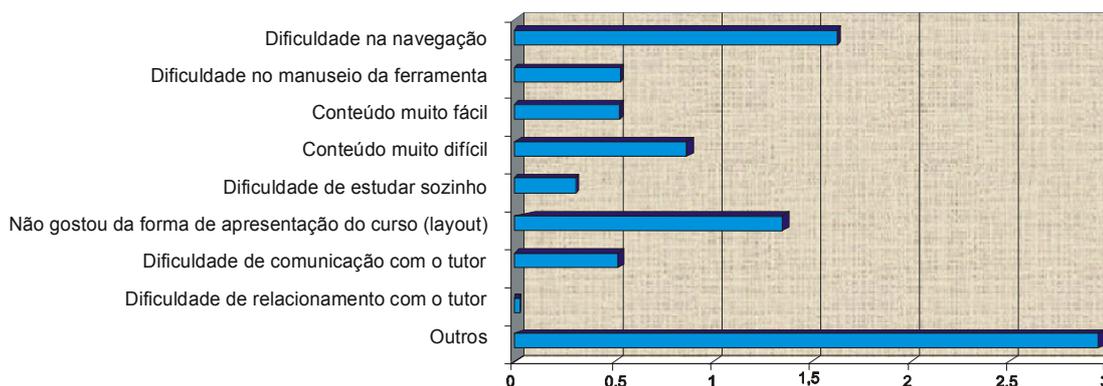
Ainda no campo da desmotivação, registra-se que os primeiros módulos são considerados melhores e que do terceiro em diante há uma quebra de expectativa ou a avaliação de que são “superficiais”.

Outra crítica – que mereceu medidas corretivas já implantadas - refere-se aos chat’s, superficiais e pouco produtivos para alguns, bem como o acúmulo de e-mails que as listas do curso geravam. Entre estes motivos registraram-se: excesso de mensagens na caixa postal (1,1%); não conseguiu acessar os chat’s (0,3%); achou fraco, confuso e não atraente o nível do bate-papo (0,9%).

Para os participantes que dispõem apenas de conexões por linha discada e equipamentos de baixa capacidade, o volume de material representa tanto um problema do curso, quanto um problema pessoal.

Vejam os motivos de desistência ligados ao próprio curso:

Motivos relacionados ao curso que levaram a não concluí-lo



Legenda: percentual de resposta relacionadas às variáveis

Não houve grandes concentrações de motivos

5- Desistente também Aprende

Uma constatação importante para a compreensão da eficácia do Curso IPGN pela Internet: embora inconcludentes, 80,5% avaliaram que o curso, ainda que incompleto, proporcionou-lhes novos conhecimentos úteis. É preciso ressaltar que os demais 19,5% divergentes incluem também aqueles que desistiram sem sequer começar o curso.

O aprendizado, ainda que pequeno, sempre rende frutos preciosos, principalmente se as sementes são plantadas em solo fértil. Esta sementeira é uma das missões do SEBRAE, em seu papel de incentivo e apoio ao desenvolvimento cultural e comportamental do **empreendedor. Excluídos os que desistiram sem iniciar o curso, pode-se afirmar que os demais, no pouco tempo em que o acompanharam, viram crescer a sua capacidade de identificar novas oportunidades, de desenvolver o espírito e o comportamento empreendedor, de compreender a natureza e a caracterização dos seus negócios.**

Puderam estes desistentes, em razão do mínimo que aprenderam, compreender sobretudo os valores em que se baseia a filosofia de uma sociedade empreendedora, esta renovação que se alastra pelo mundo.

Daí decorre que o aprendizado, por menor que seja, resulta na aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes fundamentais para a criação e sustentação do negócio próprio, o que está na raiz dos objetivos do SEBRAE, instituição técnica de apoio ao desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte, voltada para o fomento e difusão de programas e projetos que visam à promoção e fortalecimento das micro e pequenas empresas.

O Curso IPGN pela Internet, ao colher resultados também entre os inconcludentes, reafirma seu propósito de trabalhar de forma estratégica, inovadora e pragmática para dotar o universo dos pequenos negócios no Brasil de melhores condições para uma evolução sustentável, que contribua para o desenvolvimento do País como um todo, conforme descrito no direcionamento estratégico do SEBRAE 1999-2000.

6 - SUGESTÕES COLETADAS AOS ENTREVISTADOS

Houve um elenco de sugestões pulverizadas que praticamente cobrem todas as possibilidades. O questionário continha duas perguntas relativas a este tópico: Primeira: “*o que poderia ser feito para incentivar ou facilitar a conclusão do curso pelo participante?*”, que recebeu uma centena de propostas diferentes. Segunda: “*que sugestão você pode oferecer para melhorar o curso?*”. Esta segunda questão foi tabulada em dois resultados, um que se referia propriamente a sugestões, que mereceu cerca de oitenta indicações. Outro, denominado “*opinião geral*”, com 20 respostas, das quais 18 elogiosas ao curso. Todavia, elas se caracterizam antes como um comentário genérico e não propriamente uma sugestão.

Algumas constatações afloraram. Por exemplo, muitos declararam que, da parte do SEBRAE “*nada poderia ser feito*” e novamente atribuíram a desistência a circunstâncias pessoais ou simplesmente se abstiveram de manifestar opinião. Outro grupo importante de respostas se relacionou com a possibilidade de flexibilização dos prazos, uma nova chance de concluir ou a possibilidade de recebimento de material para conclusão.

De maneira geral, as indicações a título de iniciativas para reverter a condição de não conclusão do curso, referiu-se aos chat's, ao conteúdo do curso e sua operacionalidade pela Internet.

Além dos aspectos já mencionados, chama a atenção um grupo de indicações relacionadas à comunicação pessoal com os participantes, de certa forma contrária à natureza e às características de um curso à distância. Alguns solicitaram contato telefônico e até mesmo aulas presenciais.

Houve, praticamente, uma ausência de críticas aos tutores e à comunicação com eles. Ao que tudo indica, o trabalho dos tutores foi um importante fator ativo de motivação ao curso, ou pelo menos, não representou um elemento de desmotivação, seja por ação ou omissão.

7 – ENCAMINHAMENTOS COM BASE NOS RESULTADOS DA PESQUISA

A partir do exame dos problemas e sugestões dos entrevistados, implantou-se agora um novo questionário para ser respondido pelo candidato, por ocasião da matrícula. Este questionário indaga sobre quatro grandes vertentes de motivos de desistência : 1) grau de motivação e interesse em seguir o curso; 2) Tempo disponível; 3) Disponibilidade de equipamentos; 4) Conhecimento do uso de ferramentas da Internet.

A combinação de respostas permite ao SEBRAE traçar variados perfis de pretendentes, desde os que apresentam condições de alunos que possuem os requisitos adequados para participar de curso pela Internet, até os que se revelam meros curiosos ou que não dispõem dos requisitos mínimos. Respondido o questionário, o aluno é remetido automaticamente a uma página contendo um texto que orienta no sentido de que, o futuro participante do curso encontre as melhores alternativas para enfrentar os desafios para criação das condições necessárias para participação no curso. A seguir, terá acesso ao TERMO DE COMPROMISSO DE ESTUDO que ele deverá assinar eletronicamente e, assim, terá acesso automático à página de confirmação de matrícula.

8 – CONCLUSÕES

Esta apresentação nos leva a duas linhas de conclusões: umas, referentes ao curso IPNG – Iniciando um Pequeno Grande Negócio via Internet; outras, relativas aos desistentes do curso.

8.1 - Com relação ao curso, foi possível concluir:

- Que o Curso IPGN via Internet tem alcançado pleno êxito, expresso na avaliação de 99,03% dos alunos que o concluíram.
- Que é visível a necessidade de implantação e manutenção de um efetivo e constante processo de avaliação do planejamento, do desenvolvimento e da implementação de programas de educação a distância, complementada por um sistema de controle de resultados, cujos contornos ainda são incipientes em nosso País.
- Que as causas maiores de abandono do curso estão ligadas ao próprio aluno, e não ao curso. Entre elas, a “falta de tempo para realizar as tarefas demandadas” domina o quadro de motivos de interrupção, como alegaram 51,8% dos desistentes.
- Que “dificuldades com o computador” e “com o acesso à Internet” somam 23,7% de razões de abandono (Registre-se, entretanto, que os entrevistados podiam dar múltiplas respostas).
- Que apenas 7,8% alegaram dificuldades relacionadas com o curso como motivo para não o terem concluído.
- Que face à análise dos resultados, algumas medidas deveriam ser buscadas, planejadas e adotadas, como forma de solucionar ou minimizar os problemas apontados como impeditivos de conclusão. Entre estas medidas destacam-se um novo questionário preventivo e orientador, bem como um termo de Compromisso de Estudo, de cuja assinatura depende a confirmação da matrícula.

8.2 – Com relação aos desistentes, concluiu-se:

- Que foi expressivo o número de desistentes - 80,5% - que declararam ter recebido do curso novos conhecimentos úteis, mesmo sem tê-lo concluído. Este percentual se revelará ainda maior se forem subtraídos do universo de entrevistados aqueles desistentes que sequer começaram o curso e que, portanto, não tinham condições de opinar sobre esta questão.
- Que entre estes “novos conhecimentos úteis”, os respondentes listaram : maior capacidade de identificar novas oportunidades, de compreender e desenvolver o comportamento empreendedor e de adotar o seu espírito.
- Que, em decorrência, o aprendizado, por pequeno que seja, é qual semente em solo fértil: pode produzir significativos impactos sociais na adoção de novos comportamentos, habilidades e atitudes nos ambientes de seu entorno.

9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Hersey & Blanchard, três são as habilidades exigidas a um administrador: a técnica, a humana e a conceitual.

- *“Habilidade técnica é a capacidade de aplicar conhecimentos, técnicas, métodos e equipamentos necessários à execução de tarefas específicas. É adquirida mediante a experiência, a educação e o treinamento.*
- *Habilidade humana é a capacidade e o discernimento para trabalhar com e por meio de pessoas, incluindo o conhecimento do processo de motivação e a aplicação eficaz da liderança.*
- *Habilidade conceitual é a capacidade de compreender a complexidade da organização como um todo e onde cada área específica se enquadra nesse complexo; permite agir de acordo com os objetivos globais da organização e não em função de metas e necessidades do próprio grupo. “*

O compromisso do SEBRAE com as MPE – Micro e Pequenas Empresas – sob a ótica do Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio via Internet, com base nas premissas educacionais em que foi projetado, alarga necessariamente seus limites de atuação para além das habilidades técnicas (saber fazer) para contemplar também as habilidades humanas (saber se conviver) e conceituais (saber conhecer). Políticas, procedimentos, objetivos e estruturas do Curso IPGN via Internet se orientam a favor da dimensão do ser humano, na percepção dos valores pessoais, culturais, sociais e econômicos, como preconiza a nova fundamentação teórica expressa nos “Referenciais para uma nova práxis educacional”, já mencionado.

Este trabalho, ao buscar as razões de pontos críticos que levam o aluno à desistência, pretende contribuir não só para o aperfeiçoamento do Curso IPGN via Internet, mas também levar sua experiência à reflexão de outros programas de educação à distância, por meio de seus instrutores e de seus *livros virtuais*.

Com isto, pretende-se ajudar o aluno a encontrar previamente caminhos e soluções para eventuais problemas que poderiam levá-lo futuramente à desistência. Quando necessário, o candidato é convidado a refletir sobre se aquele é o momento oportuno para se inscrever.

Para nenhum candidato, entretanto, a matrícula é recusada ou lhe são fechadas as portas do curso. Aqueles que decidem adiar a matrícula, à espera de melhores condições, são listados como futuros participantes.

10 – REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ALLEN, C. *Gerência e Administração*. Ed. Mc Graw Hill, 1990.
- FESTINGER, L. A. *Theory of Cognitive Dissonance; Evanston (Ill): Row, Peterson, 1957.*
- GADE, Cristiane. *Psicologia do Consumidor*. Editora Pedagógica e Universitária Ltda, 1980.
- HERSEY / BLANCHARD - *Psicologia para Administradores*, Editora Pedagógica e Universitária, 1986.
- KOTLER, P. *Administração de Marketing*. Editora Pearson Brasil, 2002.
- MASLOW, A. *Motivation and Personality*. Esalen Books, 1968.
- Referências para uma Nova Práxis Educacional. Edição SEBRAE, 2ª. edição, 2001.
- Programa de Integração de Consultores e Facilitadores de Aprendizagem ao Sistema Sebrae- Manual do Facilitador e do Participante. Apostila. 2002

11 - ANEXOS

Questionário de Avaliação do Curso IPGN / SEBRAE

Questionário prévio de matrícula

Relatório da Pesquisa com Desistentes do Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio pela Internet