

**O INCENTIVO À CARREIRA EMPREENDEDORA:  
Um estudo junto aos alunos do curso de Administração da PUC MINAS Barreiro**

**Henrique Taite Mendes  
Andrea Alcione de Souza**

**O INCENTIVO À CARREIRA EMPREENDEDORA:  
Um estudo junto aos alunos do curso de Administração da PUC MINAS Barreiro**

**Henrique Taite Mendes<sup>1</sup>  
Andrea Alcione de Souza<sup>2</sup>**

**RESUMO**

A escolha de um curso superior está diretamente relacionada às projeções de carreira que o indivíduo escolhe seguir. A opção pelos cursos da área gerencial revela um amplo espectro de opções que abrangem a carreira gerencial, a técnico-administrativa, os cargos públicos e, a gestão de novos empreendimentos. A atual crise do mercado de trabalho e a valorização de iniciativas individuais de abertura de novos negócios contribuem para intensificar o desejo dos futuros administradores em conceber, estruturar e gerenciar seus próprios empreendimentos a partir dos conhecimentos adquiridos no curso de graduação. O curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, da unidade Barreiro, atua há mais de 20 anos formando profissionais de várias áreas para a região. O Barreiro é uma localidade da cidade de Belo Horizonte que agrupa mais de 60 bairros, possuindo uma diversidade de empresas dos setores industrial, comercial e de serviços. Um dos objetivos do curso de Administração da PUC MINAS nessa região é formar empreendedores capazes de gerir seus próprios negócios. Assim, o objetivo central deste artigo é analisar a percepção de alunos e egressos com relação ao ensino de empreendedorismo no curso e sua capacidade de promover o desenvolvimento de competências técnicas e humanas necessárias para o gerenciamento do próprio negócio. No caso dos egressos, optou-se por entrevistar ex-alunos que, efetivamente, após o curso, optaram por empreender um novo negócio. Para este fim, realizou-se uma pesquisa de natureza qualitativa junto a esse público-alvo, e também, com a coordenadora do curso na época da pesquisa, segundo semestre de 2019. Utilizou-se um roteiro de entrevista estruturado. Os dados foram analisados à luz da teoria sobre gestão de carreira e empreendedorismo, buscando compreender os pontos-destaque e analisar a visão dos entrevistados. O estudo apontou a importância de algumas disciplinas que tratam da elaboração de um plano de negócios, da gestão de projetos e das práticas empresariais, além da realização de eventos voltados à divulgação e promoção do empreendedorismo como seminários, palestras, *workshops* e visitas técnicas. Mas ainda falta por parte dos alunos uma compreensão mais aprofundada dessa possibilidade de carreira, o que aponta para a necessidade de maiores investimentos do curso para a promoção de trajetórias empreendedoras.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Carreira; Administração; Mercado de Trabalho.

<sup>1</sup> Administrador – Egresso do curso de Administração da PUC MINAS – Barreiro.

<sup>2</sup> Professora do Departamento de Administração da PUC MINAS, doutora em Ciências Sociais.

## **1 INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo, por estar relacionado à busca de soluções individuais, sociais ou até mesmo organizacionais, é visto como um tipo de saída para problemas que surgem a partir de constantes transformações de um mundo globalizado e com diversos avanços tecnológicos. Frente a esta situação, muitas instituições de ensino superior visam capacitar seus alunos, de forma a proporcioná-los condições para atuar no mercado do empreendedorismo, e, dentro de tal contexto, o curso de Administração é o que mais possui aspectos que podem oferecer condições para que surjam melhores empreendedores no mercado de trabalho. A PUC Minas Barreiro é uma instituição de ensino superior inserida em uma região periférica da cidade de Belo Horizonte – MG, possuindo em seu curso de Administração a missão de incentivar seus alunos a empreender, unindo visão estratégica e inovação, para trazer retornos positivos à sociedade. Diante disso, o presente artigo busca entender a dimensão do incentivo que essa unidade em questão oferece aos seus alunos para que sigam uma carreira empreendedora.

Podemos definir o empreendedorismo, de uma forma ampla, como identificação de problemas e oportunidades presentes na sociedade, seguidos por uma ação que possibilite solução para estes, de forma inovadora. As pessoas dispostas a encarar o mundo empreendedor devem estar preparadas para a grande proximidade com o risco que deve ser bem administrado, além da necessidade de causar uma disruptura nos aspectos engessados que impedem o suprimento das carências existentes no grupo social.

É alto o grau de relação entre empreendedorismo e administração, visto que atualmente contamos com a globalização e com os diversos avanços tecnológicos que fazem surgir várias oportunidades, e esta situação torna necessário o surgimento de novos negócios. Diante disso, um grande número de administradores escolhe seguir uma carreira de riscos em contrapartida a uma carreira estável. Considerando-se que os administradores possuem conhecimentos específicos para gerir melhor um empreendimento, em relação a outros profissionais, torna grande a probabilidade de lograrem êxito em um novo negócio.

Em razão de o empreendedorismo estar muito conectado com a administração, um grande número de universidades brasileiras tem julgado importante incentivar seus futuros administradores a desenvolverem um espírito empreendedor, bem como o interesse em seguir a carreira empreendedora. Este incentivo ao empreendedorismo está presente na missão do curso de Administração da Universidade PUC Minas, a qual detém uma de suas unidades na maior região de Belo Horizonte, o Barreiro. O fato de a presente região ser populosa faz com que esteja inerente a ela uma grande complexidade em seus quesitos sociais e econômicos, se tornando um local atrativo para os novos negócios. Por isso, o intuito deste artigo é analisar se o curso de Administração da PUC Minas Barreiro incentiva seus alunos a se tornarem empreendedores.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O empreendedorismo**

Em meio a uma sociedade rodeada de dificuldades, limitações, problemas, e que está sempre na busca por uma solução desses pontos negativos, o empreendedorismo é visto como uma possível solução. O presente tema diz respeito a uma análise de possibilidades para sanar

as “dores” dessa sociedade insaciável que está sempre necessitada de ideias e ações que tragam melhorias constantes.

Assim como para Dornelas (2008), acreditamos que três áreas classificam as habilidades que um empreendedor precisa ter. São elas: técnicas, gerenciais e características pessoais. As habilidades técnicas envolvem uma boa comunicação, uma boa convivência em equipe com ações de liderança, saber gerenciar bem as informações e ter uma boa base de conhecimento sobre sua área de atuação. Nas áreas gerenciais, temos o envolvimento de habilidades ligadas ao saber coordenar as ações que movem o negócio, desde sua criação até o controle de seus resultados. E por último, temos as características pessoais de um empreendedor que estão relacionadas ao poder de persistência, à capacidade de inovação, à capacidade de perceber transformações, de ser um líder com visão estratégica, de saber administrar os riscos e de ter disciplina. Ainda segundo Dornelas (2008), a ementa de um curso de empreendedorismo tem como base essas habilidades e objetivos abordados.

## 2.2 A carreira e o empreendedorismo

Em contexto de crise no mercado de trabalho, a maioria dos indivíduos busca novos caminhos para sua realização profissional. No Brasil, a opção mais frequente é o chamado ‘emprego por conta própria’. Geralmente as pessoas iniciam um pequeno empreendimento, até mesmo de maneira informal e, com o passar do tempo, regularizam o negócio e se transformam em empreendedores. Assim, consideramos que o empreendedorismo acaba sendo uma opção de construção de carreira.

Para fins desse presente artigo, podemos considerar dois tipos gerais de carreira: tradicional e moderna. De acordo com Souza (2018), o tipo de carreira tradicional é mais comumente seguido em empresas e ambientes estáveis em que a estrutura de carreira é linear, e o desenvolvimento profissional do assalariado se dá de acordo com o seu grau de dedicação à organização. Por essas características referentes à carreira tradicional, podemos concluir que é um tipo de carreira que possui tendência à queda pelo fato de estar inserida em um mundo atualmente globalizado e cheio de oportunidades que traz diversas possibilidades de caminhos, as quais condicionam o indivíduo a não querer se manter fixado a uma carreira, em que ele não tenha controle de sua evolução.

Conforme Souza (2018), dentre os tipos de carreira moderna, destaca-se a *proteana*, em que o responsável por guiá-la é o próprio profissional, isentando a organização de fazê-lo. Dessa forma, ele define seu caminho com base nos seus objetivos, projetos e valores, de maneira autônoma. O empregado não possui mais aquela preocupação de ser leal à organização em que trabalha para obter sucesso. A maior preocupação da pessoa agora é com a individualidade ligada ao autorreconhecimento e à busca incessante por estar sempre absorvendo novos conhecimentos, fazendo com que isso a deixe recompensada.

Para melhor compreensão da carreira *proteana*, temos o conceito de âncoras de carreira que, de acordo com Schein (1993 apud SOUZA, 2018), o indivíduo usa como base os fatores presentes em sua realidade para decidir suas opções por certo caminho profissional. Existem oito categorias de âncoras de carreira que estão relacionadas com aspectos individuais do profissional, ligados ao autoconhecimento de suas habilidades, de suas necessidades e de seus valores. São elas: competência gerencial, competência técnica ou funcional, segurança e estabilidade, autonomia e independência, senso de serviço e dedicação à causa, desafio

constante e estilo de vida. Algumas destas âncoras estão vinculadas ao perfil empreendedor que as universidades devem desenvolver.

### **2.3 As universidades e o empreendedorismo no Brasil**

No intuito de se obter melhores resultados com as ações empreendedoras, lançando no mercado de trabalho empreendedores competentes que saibam utilizar da melhor maneira todas as ferramentas atreladas ao tema, é necessário que exista uma boa base de ensino. Frente a isso, as IES (Instituições de Ensino Superior) e outros tipos de instituição de ensino vêm investindo na educação empreendedora ao longo dos anos, de forma que consigam extrair do aluno suas características individuais ligadas ao empreendedorismo, e alinhá-las ao conhecimento que fornecem a esses alunos.

A aplicação do empreendedorismo na educação torna possível que o indivíduo esteja capacitado para analisar o ambiente de negócios e estabelecer os limites de seu empreendimento, administrando melhor os riscos presentes no processo de tomada de decisão dentro da empresa (FILLION, 2000 apud SOUZA; SARAIVA, 2010). É a implementação do empreendedorismo no meio educacional que dará condições para que os profissionais egressos saiam cada vez mais qualificados para criar novos negócios ou oportunidades que agreguem valor para a empresa e/ou para a sociedade. Por isso, as universidades têm a responsabilidade de aprimorar, cada vez mais, o conhecimento relacionado ao empreendedorismo transmitido aos seus alunos.

De acordo com (BASCI; ALKANB, 2015 apud MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017), a educação universitária direcionada ao empreendedorismo deve dar ênfase na preparação para o mundo dos negócios, de forma que os alunos aprendam a desenvolver e a administrar uma empresa através da transformação de teoria e de informação. A partir disso, podemos constatar o quanto o empreendedorismo está ligado ao curso de Administração de Empresas e observar que o funcionamento do mercado e do mundo dos negócios torna necessária essa forte conexão.

Conforme Souza e Saraiva (2010), a crise de mercado faz com que os cursos de graduação em Administração busquem desenvolver em seus alunos características ligadas ao empreendedorismo. E para que o administrador desenvolva características empreendedoras, ele necessita unir conhecimentos científicos, sua formação profissional e suas experiências sociais e de trabalho. Essa união é fonte para habilidades e competências necessárias para formação de um aluno com perfil empreendedor. Os fatores negativos e as oportunidades existentes nas sociedades fazem surgir constante demanda por mudanças, transformações que serão possíveis com aprimoramento cada vez maior dos profissionais graduados em Administração.

Ao analisar as concepções de alguns autores a respeito das abordagens pedagógicas que melhor se adequam ao ensino do empreendedorismo nas IES, podemos observar várias visões. Ferreira, Ramos e Gimenez (2006 apud MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017), por exemplo, sugerem dividir as práticas de ensino do empreendedorismo em quatro eixos: a) teóricas (aulas expositivas, trabalhos teóricos individuais e em grupo, exigência de ficha de leitura e provas dissertativas); b) práticas (estudos de caso e trabalhos práticos individuais e em grupo); c) incentivo à rede de relacionamentos (seminários com executivos e empresários, visitas às empresas, tarefa extraclasse e visita à empresa) e d) de simulação de atividades empreendedoras (desenvolvimento de produto ou empresa fictícia, elaboração de plano de negócio).

Segundo essa visão percebe-se o quanto são amplos os quesitos que devem ser desenvolvidos pelo aluno empreendedor. Ao mesmo tempo em que desenvolve sua parte individual, ele deve saber trabalhar em grupo, sabendo se relacionar com as pessoas, também sempre absorvendo conhecimentos teóricos e colocando tudo isso constantemente em prática.

### **3 METODOLOGIA**

A presente pesquisa de caráter qualitativo foi elaborada com intuito de avaliar o incentivo que o curso de Administração da PUC Minas Unidade Barreiro oferece a seus alunos para serem empreendedores. Para isso, houve a utilização de roteiro de entrevista estruturado direcionada a um público de 30 alunos matriculados em pelo menos uma disciplina do curso de Administração da PUC Minas Unidade Barreiro, uma entrevista contendo 10 perguntas direcionadas à coordenadora desse mesmo curso e uma entrevista contendo 10 perguntas direcionadas a dois ex-alunos do curso em questão.

Esta pesquisa pode ser classificada, quanto ao tipo, como descritiva, pois há um levantamento de características dos alunos e dos entrevistados e, posteriormente, uma descrição das relações que essas características têm entre si, de acordo com a base teórica do trabalho. Conta também com uma técnica de levantamento, a fim de interrogar diretamente o público-alvo, para compreender seu comportamento em relação ao problema em estudo, formando conclusões relacionadas aos dados coletados

Na definição da unidade de análise, considerando que existem três níveis que a constitui, a pesquisa em questão utilizou-se de dois desses níveis: nível da organização, em que a base da análise foi somente a Universidade PUC Minas Unidade Barreiro, e nível do indivíduo, em que se analisou o ponto de vista dos entrevistados a respeito de suas vivências em determinadas situações referentes à temática deste estudo. Para realização da coleta de dados, houve uma combinação de dois instrumentos: entrevista e questionário, visto que o questionário tornou possível a percepção dos alunos a respeito dos aspectos da universidade ligados ao empreendedorismo, bem como as entrevistas, em que se coletou da coordenadora do curso e dos dois ex-alunos também a percepção citada.

Em relação às variáveis estudadas, a presente pesquisa utilizou as seguintes: os dados de identificação, as ações do curso voltadas para o empreendedorismo, as características do empreendedor, a intenção de empreender e a avaliação dos alunos sobre incentivo e a aquisição de conhecimento.

### **4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

O presente artigo é referente à pesquisa baseada em uma entrevista com a professora e coordenadora do curso de Administração da PUC Minas Barreiro, principal responsável pelas ações do curso, neste ano de 2019. Também em entrevistas com um ex-aluno atuante em um negócio que produz uniformes de qualquer segmento profissional, para todo o Brasil e uma ex-aluna sócia de uma pizzaria que conta com *delivery* e consumo no próprio local. Ambos com seus empreendimentos localizados na região do Barreiro, na cidade de Belo Horizonte-MG. Por último, e, não menos importante, ainda conta com as perguntas e respostas que foram relevantes no roteiro de entrevista aplicado a 30 alunos próximos à graduação do curso em questão.

O intuito de se analisar as bases desta pesquisa é captar a percepção dos alunos sobre várias perspectivas do curso de Administração da PUC Minas Barreiro ligadas ao empreendedorismo.

A análise dos resultados contidos nos gráficos é feita tendo como base o referencial teórico vinculado sempre às percepções dos atuais alunos do curso e, quando necessário, utilizam-se as respostas relevantes dos entrevistados, de forma a fazer uma análise comparativa e que tenha relação com a base teórica.

#### **4.1 Disciplinas do curso voltadas para o empreendedorismo**

Conforme Basci e Alkanb (2015, apud MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017), uma universidade com ensino direcionado do empreendedorismo deve enfatizar a preparação para o mundo dos negócios, de modo que, através da transformação de teoria e de informação, os estudantes aprendam a desenvolver e a gerir uma organização. Diante disso, foi necessário analisar o panorama a respeito das disciplinas que os estudantes respondentes julgavam conter maior conteúdo sobre o meio empreendedor, capazes de prepará-los para o mundo dos negócios. O resultado final referente a tal estudo apontou a disciplina “Empreendedorismo e Plano de Negócios” como a mais importante.

Questionada sobre em qual sentido os conhecimentos adquiridos auxiliam na sua atuação como empreendedora, a ex-aluna ressalta que o curso de Administração está a todo tempo presente em seu negócio, desde o planejamento de uma mudança que será implantada, até a análise dos resultados advindos dessa mudança. Esse relato demonstra que ela ainda carrega essa bagagem do curso, a qual é utilizada frequentemente em sua rotina de trabalho. Além disso, vale reforçar que implementar mudanças é uma ação extremamente atrelada ao empreendedorismo, e o fato de a base oferecida pelo curso proporcionar essa ação para a empreendedora, denota determinado apoio por parte daquele. Portanto, identificamos também uma ex-aluna empreendedora, já que temos como definição de empreendedor a pessoa capaz de inovar, reconhecendo e administrando os riscos de maneira consciente, sempre antenado às transformações do mundo, segundo Kaufmann (1990 apud JÚNIOR *et al.*, 2006).

De acordo com Bronoski (2008), a ação das IES que incentivam o empreendedorismo é possuir, em sua grade curricular, determinadas disciplinas específicas que mostrem como é a realidade do mercado de trabalho, de forma a transmitir para os estudantes uma noção sobre montar ou não seu próprio negócio. Diante de tal referência, pôde-se inferir que o fato de as disciplinas transmitirem uma visão ampla e transparente sobre o funcionamento do mundo empreendedor, parece ser crucial para que os alunos enxerguem o momento econômico e social em que vivem, examinando de maneira bem crítica a decisão de montar ou não seu próprio negócio.

#### **4.2 Ações gerais do curso ao longo da graduação**

Na visão da grande maioria dos estudantes os eventos e as atividades extraclasse foram as ações da universidade que mais ofereceram conhecimento a respeito do empreendedorismo. Levando-se em consideração as ações descritas pela coordenadora de convidar palestrantes/empreendedores, de realizar visitas técnicas a *Coworkings* (espaços compartilhados de trabalho), incentivo à participação em eventos como o *Startup Weekend* e

em editais de seleção de *startups* como o PAN (Programa de Aceleração de Negócios da PUC Minas), percebemos que os alunos têm de fato uma percepção à cerca dessas ações.

Ainda sobre a questão das atividades extraclasse, de acordo com a sugestão de Ferreira, Ramos e Gimenez (2006 apud MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017) de dividir em quatro eixos as práticas de ensino do empreendedorismo, as tarefas extraclasse estão encaixadas no eixo de “incentivo à rede de relacionamentos”, ou seja, na visão desses autores, é uma ação importante no ensino do empreendedorismo. Porém, se considerarmos as abordagens mais adequadas ao seu ensino no Brasil, pelo ponto de vista de Vieira *et al.* (2013 apud MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017) são as aulas expositivas, estudos de caso, trabalhos em grupo e elaboração do plano de negócios, as definidas como mais importantes. A visão desses autores vai contra a percepção da maioria dos estudantes entrevistados, além de não estar relacionada com as ações da coordenação, visto que estes consideram e adotam respectivamente como mais importantes ações que fogem do local “sala de aula”.

O ex-aluno afirmou que dentre as ações do curso, um pouco de cada experiência o motivou a ser empreendedor atualmente, e destaca: conversas com os professores, com os alunos, palestras e projetos, além de disciplinas como a de “Práticas Empresariais”. Isso revela como a união dos diversos tipos de ações pode motivar ou incentivar um aluno a seguir a carreira empreendedora. Já a ex-aluna entrevistada considera que a motivação vinda do curso para seguir uma carreira empreendedora está na capacitação que este oferece em relação à percepção de mercado, e a base de conhecimento sobre cada área comum a uma empresa. Segundo sua ótica, empreender sempre se traduziu em tentativas de aplicar os conteúdos acadêmicos do curso de Administração.

### **4.3 Características do empreendedor**

#### ***4.3.1 Competências desenvolvidas no curso de Administração da PUC Minas Barreiro***

Conforme Souza e Saraiva (2010), diante da crise de mercado, os cursos de graduação em Administração buscam desenvolver em seus estudantes características ligadas ao empreendedorismo. Para que isso ocorra, o estudante deve unir conhecimentos científicos, formação profissional e suas próprias experiências sociais e de trabalho. Fillion (2000 apud SOUZA; SARAIVA, 2010) define que o empreendedorismo aplicado na educação possibilita que o aluno esteja capacitado a conhecer o ambiente de negócios, compreendendo, assim, os limites e riscos com que vai se deparar, devendo saber administrá-los.

Dornelas (2008) considera o poder de persistência, a capacidade de inovação, a capacidade de perceber transformações, ser um líder com visão estratégica, saber administrar os riscos e ter disciplina como as principais características pessoais relacionadas a um empreendedor. Não podemos deixar de constatar que o conhecimento prévio também é uma característica importante, por ser capaz de aguçar o desenvolvimento das demais nos estudantes. A partir dos fatos citados, foram elencadas, na questão do questionário a respeito das competências desenvolvidas no curso, as principais características empreendedoras para identificar a abrangência daquelas que o curso de Administração em estudo apoia seus alunos a desenvolverem. A apuração final foi de que as competências mais bem desenvolvidas em razão do curso foram: o conhecimento prévio, e em segundo, a percepção de transformações.

Pode-se considerar também a entrevista do ex-aluno, na qual ele relatou que antes de estar no atual empreendimento, atuou em outros três, nos quais não obteve sucesso, por motivos



relacionados principalmente à falta de planejamento e de recursos financeiros para investimentos. Mesmo diante desses aspectos, ele utilizou de suas características empreendedoras como persistência, inovação e estar disposto a correr riscos. Também podemos destacar outras duas características da ex-aluna nesse sentido. A primeira seria ‘a percepção de transformação’, quando ela afirma que se deve implementar sempre as mudanças necessárias de acordo com entendimento da demanda do mercado, sem perder o foco do negócio. A segunda característica seria ‘ser inovadora’, quando relata que um dos aspectos ligados ao empreendedorismo de seu empreendimento é sempre manter o negócio atualizado.

#### 4.4 A intenção de empreender

Costa e Oliveira (2008) defendem que a vocação, o suporte social e a percepção de suas próprias habilidades são pilares que influenciam o interesse de um aluno em se tornar empreendedor. Tendo como base essa referência, identifica-se que uma parcela significativa dos respondentes que iniciaram o curso de Administração, com intenção de empreender, possuem vocação, possuem uma base da sociedade, ou até mesmo habilidades bem percebidas que foram definitivas para que tivessem essa opção. Já quando entramos no âmbito dos alunos que responderam “talvez”, subjetivamente entende-se que podem não ter percebido vocação ou habilidades em si mesmo de maneira incisiva, ou as bases sociais em que estão inseridos não oferecem tanta certeza a respeito da necessidade de ações empreendedoras.

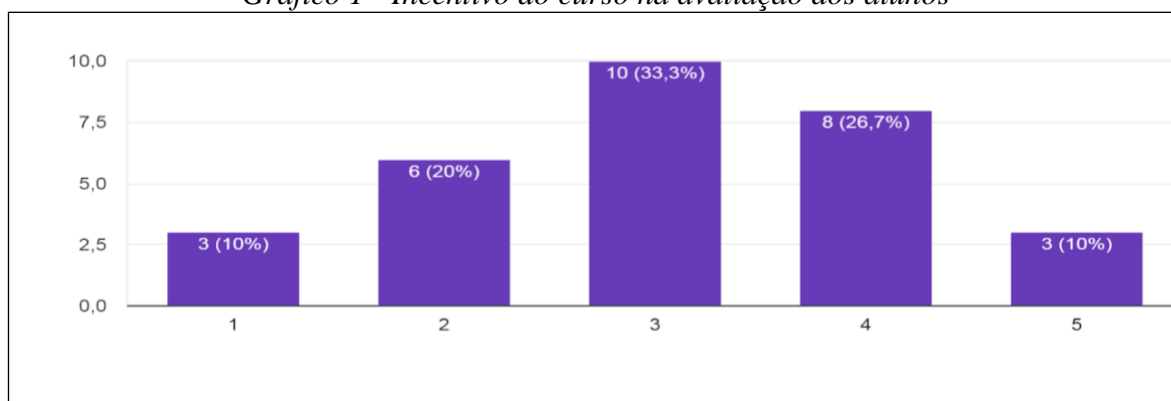
Conforme Souza (2018), a carreira *proteana* é a carreira na qual o próprio profissional é responsável por guiá-la, adequando-a a seus objetivos, projetos e valores. Schein (1993 apud SOUZA, 2018) define que para decidir o caminho profissional, os indivíduos optantes pela carreira *proteana* utilizam aspectos da sua realidade como base, conceituados como âncoras de carreira. Ainda segundo Schein (1993 apud SOUZA, 2018), dentre as oito categorias de âncoras de carreira, estão a segurança e a estabilidade. Analisando o receio que os alunos encontram como dificuldade para seguir sua intenção empreendedora, pode-se considerar que possivelmente são indivíduos seguidores da carreira *proteana* que têm como âncora de carreira a segurança e a estabilidade.

Pela definição de Souza (2018), o tipo de carreira tradicional é geralmente seguido em ambientes de trabalho estáveis, contendo estrutura de carreira linear; e o grau de dedicação com a organização é o que define também o grau de desenvolvimento profissional do empregado. Em entrevista, a ex-aluna relata que, atualmente, a pizzaria é sua única fonte de renda, porém nem sempre foi assim. Ao iniciar o negócio, juntamente com os demais sócios, tentou manter seu emprego “estável”, decisão esta que pode se relacionar à opção pela carreira tradicional definida por Souza (2018). Entretanto, o fato de um empreendimento demandar muito tempo e disponibilidade, fez com que a ex-aluna e os demais sócios decidissem se dedicar somente à pizzaria, percebendo-se nessa decisão, uma opção pela carreira *proteana*, já que foram levados em conta fatores condizentes com a realidade dela e dos sócios. A seguir, apresentamos a percepção dos alunos com relação ao ensino empreendedor do curso.

#### 4.5 Avaliação dos alunos sobre o incentivo e aquisição de conhecimento

##### 4.5.1 Avaliação dos alunos sobre o incentivo do curso de Administração da PUC Minas Barreiro ao empreendedorismo

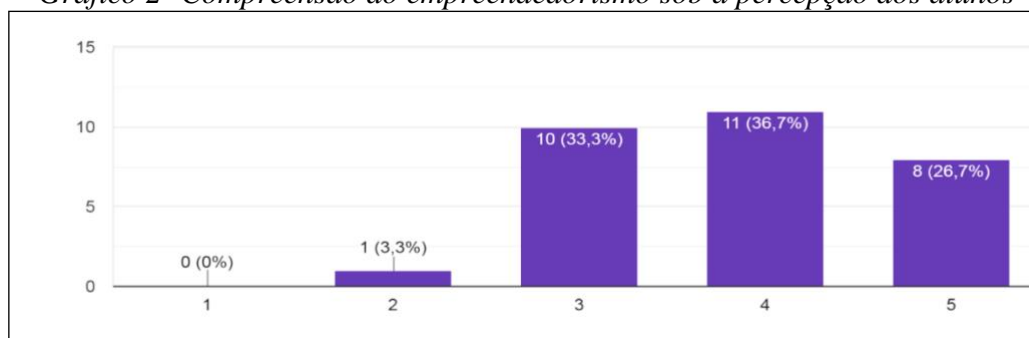
Gráfico 1 - Incentivo do curso na avaliação dos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor

##### 4.5.2 Percepção dos alunos a respeito da compreensão do empreendedorismo

Gráfico 2- Compreensão do empreendedorismo sob a percepção dos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor

A partir do roteiro de entrevista aplicado, foi possível clarear nos gráficos acima a visão dos alunos com relação à temática central da pesquisa. Considerando a avaliação dos estudantes no presente ano de 2019, conforme o GRAF. 1, a respeito do quanto a PUC Minas Barreiro incentiva seus alunos a serem empreendedores, pode-se considerar um panorama médio a positivo em favor da universidade. Visto que o mesmo número de alunos que considera a universidade como incentivadora máxima, também é a mesma quantidade que a considera como incentivadora mínima. Porém, se analisadas as marcações próximas a esses valores mínimos e máximos, observa-se uma maioria em direção ao número máximo.

Ao considerar a entrevista do ex-aluno, ele destacou que em sua época, egresso no ano de 2014, havia poucas disciplinas no curso que eram relacionadas ao empreendedorismo, e que seu incentivo foi o pequeno espaço no mercado de trabalho junto a pouca valorização neste. Entretanto, o entrevistado ainda destaca que o curso lhe proporcionou na época uma visão sistêmica sobre empresas, conhecimento sobre gestão, conhecimento de mercado e finanças,

além de *networking*, conhecimento e prática. Sob o ponto de vista da ex-aluna, foi relatado que o curso a fez compreender muito a respeito de interações interpessoais nas empresas, além de seus vários setores e seus fluxos de atividades, sempre de maneira condizente com o mundo real.

Na definição de Fillion (2000 apud SOUZA; SARAIVA, 2010), a inserção do empreendedorismo na educação possibilita que o aluno tenha condições de analisar o ambiente de negócios junto aos limites de seu empreendimento, sabendo administrar os riscos existentes nas tomadas de decisões. Diante dessa definição comparada à autoavaliação por parte dos alunos sobre o quanto compreendem a respeito do tema em questão, constata-se que o curso de Administração da PUC Minas Barreiro trouxe um entendimento considerável referente ao empreendedorismo para grande parte dos alunos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo deste artigo foi dimensionar a percepção dos alunos a respeito do grau de incentivo ao empreendedorismo oferecido pelo curso. Ao chegar à conclusão de que o curso de Administração da PUC MINAS é de médio a positivo no que se diz incentivador da carreira empreendedora, constata-se que o panorama é bom, porém, pode ser melhorado. Dessa maneira, conclui-se que, talvez o grau de incentivo do curso ao empreendedorismo não esteja em um patamar mais alto, provavelmente, porque os alunos não percebem, com clareza, a importância que a ação de empreender representa para a sociedade. Uma pequena compreensão a respeito desse fenômeno representa também uma pequena provocação na mente dos estudantes para criação de novas ideias e para o desenvolvimento das capacidades empreendedoras de cada um.

Percebemos com a pesquisa a importância das disciplinas de ‘Gestão de Projetos’; ‘Práticas Empresariais’ e, principalmente, ‘Empreendedorismo e Plano de Negócios’ para o desenvolvimento de competências empreendedoras. Esta última, apontada pelos alunos como a mais importante. Não devemos deixar de considerar o destaque que foi dado aos eventos e atividades extra-classe, organizados pelo curso com o intuito de divulgar iniciativas exitosas de jovens empreendedores. Julgamos necessário o curso disseminar a visão empreendedora, não apenas em disciplinas específicas, mas em todos os conteúdos ministrados, para que o estudante possa, já nos primeiros períodos, compreender a importância das competências técnicas e comportamentais necessárias para o empreendimento de um novo negócio. E, continuar o investimento na promoção de eventos como palestras, seminários e debates como empreendedores bem sucedidos.

A identificação dos dois ex-alunos, atualmente empreendedores, trouxe também várias informações relevantes. Em primeiro lugar, só o fato de estarem empreendendo já demonstra que a universidade teve contribuição para que seguissem esse caminho, visto que ambos começaram a atuar em seus respectivos negócios empreendedores após terem formado no curso. Diante disso, foi muito válido comparar as percepções de alunos próximos à graduação com os que já estão graduados, nos permitindo identificar diferenças à cerca do curso nos âmbitos de quem ainda está aprendendo e de quem já está colocando o conhecimento em prática no seu próprio negócio. O futuro desses alunos pode ser definido principalmente por sua mentalidade, pois as ações e disciplinas do curso mostram a mesma realidade para todos e, ao final, muitos seguem caminhos diferentes. Essa realidade pode tanto motivar um aluno como desmotivá-lo a encarar esse tipo de carreira, uma vez que as dificuldades ligadas ao empreendedorismo

apresentadas por uma disciplina ou ação do curso podem despertar para alguns a ideia de uma grande oportunidade, e para outros, a ideia de se focar em algo mais seguro.

Em um panorama geral, para finalizar a conclusão, percebe-se o quanto é importante que um curso de uma universidade incentive seus alunos em um tema que esteja atrelado a uma determinada carreira, principalmente se for tão importante e amplo como o empreendedorismo. O presente tema está contido nas principais áreas do ambiente que envolve a vida de um formando ou egresso de um curso: sociedade e mercado de trabalho. Dessa forma, se vê o quanto é importante que a formação de um estudante esteja focada na sua carreira, de modo a moldá-lo, desenvolvê-lo da melhor forma possível para agir nos âmbitos citados.

## REFERÊNCIAS

BRONOSKI, M. A intenção empreendedora no ambiente universitário: o caso Unicentro. **Revista Capital Científico do Setor de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 6, n. 1, Jan/ Dez., Guarapuava, PR, 2008. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/815-3400-3-PB%20(1).pdf> Acesso em: 15 abr. 2019.

DORNELAS, A. C. J. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios: 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus/Elsevier, 2008.

JÚNIOR, C. B. J. *et al.* Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v.8, n.15, p. 1-22, jan/jun, 2006. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1003/768>>. Acesso em: 22 mai. 2019.

MACHADO, A. C. A; LENZI, F. C.; MANTHEY, N. B. O ensino do empreendedorismo em cursos de graduação: panorama das práticas dos cursos de Ciências Sociais Aplicadas. **Revista Alcance**, v. 2, n. 4, Out/Dez 2017, p. 574-590. Disponível em: <[www.univali.br/periodicos](http://www.univali.br/periodicos)> Acesso em: 31 ago. 2019.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. **Projeto Pedagógico do Curso de Administração da PUC MINAS**, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <<https://www.pucminas.br/unidade/coracao-eucaristico/ensino/graduacao/Paginas/Administracao.aspx?tipo=152f25a5-fa8d-4d04-a7ba-57b6b4c21265&campi=ab23480c-5f60-4752-b990-1ac1cf9b8cf5&curso=175>>. Acesso em: 14 mai. 2019.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. Pró-Reitoria de Graduação. Sistema Integrado de Bibliotecas. **Orientações para elaboração de trabalhos científicos: projeto de pesquisa, teses, dissertações, monografias, relatório entre outros trabalhos acadêmicos, conforme a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)**. 3. ed. Belo Horizonte: PUC Minas, 2019. Disponível em: <[www.pucminas.br/biblioteca](http://www.pucminas.br/biblioteca)>. Acesso em: 16 de Set 2019.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. **Síntese do Projeto Pedagógico Administração– Coração Eucarístico**, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <[http://portal.pucminas.br/graduacao/cursos/arquivos/CUR\\_ARQ\\_PROJE\\_PEDAG20100414105956.pdf](http://portal.pucminas.br/graduacao/cursos/arquivos/CUR_ARQ_PROJE_PEDAG20100414105956.pdf)>. Acesso em: 14 mai. 2019.

SOUZA, Andrea Alcione de. **Síntese da disciplina Plano de Carreira**. PUC Minas Virtual - Especialização em Gestão de Pessoas, 2018. 25 p. (Apostila).

SOUZA, Ângela Maria de; SARAIVA. Luiz Alex Silva. Práticas e desafios do ensino de empreendedorismo na graduação em uma Instituição de Ensino Superior. **Gestão & Regionalidade** - v. 26, n. 78, set-dez, 2010. Disponível em: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/892-3713-1-PB.pdf>> Acesso em: 15 abr. 2019.

SOUZA, Ângela M.; SARAIVA. Luiz Alex S. Representações Sociais, Práticas e Desafios do ensino de Empreendedorismo na Graduação sob a Ótica dos docentes: Um Estudo de Caso. *In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE– EnEPQ, 2, 2009, Curitiba. Anais...* Curitiba: 2009.