



A alternativa de carreiras empreendedoras para um grupo de universitários de administração

DOI: 10.31994/rvs.v11i1.670

Frederico Azevedo Alvim Assis¹

Ana Clara Cabral Bedeschi²

Hugo Oliveira de Faria³

RESUMO

A partir do ideal de que profissionais recém-formados nas áreas de Gestão possam se revelar aptos a criarem e lançarem novos negócios, gerando trabalho e renda, este estudo consistiu em explorar e conhecer opiniões de 30 estudantes universitários de Administração, matriculados em uma faculdade particular, em Juiz de Fora (MG). Por meio das análises de conteúdo do que relataram em entrevistas, foi possível observar que, embora o estudo do Empreendedorismo seja indispensável para a formação de administradores, ainda se revela necessário promover maior credibilidade à alternativa de se desenvolver habilidades empreendedoras. Para tanto, é imprescindível propor métodos de aprendizagem com abordagens e práticas que se configuram além das tradicionais perspectivas adotadas no ensino de capacidades empreendedoras. Sugere-se, assim, ênfases sobre como os aprendizes percebem suas próprias competências e autoeficácia, bem como o que analisam das realizações

¹ Professor nas Faculdades Integradas Vianna Júnior; especialista em Gestão de Negócios pela Universidade de Brasília; mestre em psicologia pela Universidade Federal de São João del Rei; aluno de Doutorado em Psicologia pela Universidade Federal de Juiz de Fora; ORCID: 0000-0002-4292-555; fredalvim@yahoo.com.br

² Graduada em Administração pelas Faculdades Integradas Vianna Júnior; ORCID: 0000-0002-5306-8055; clarinhac8@gmail.com

³ Graduando em Administração pelas Faculdades Integradas Vianna Júnior; ORCID: 0000-0003-1393-8623; hugoif.hoo@gmail.com



de outros empreendedores. Infere-se tais proposições com base nas análises das respostas dos entrevistados que se apresentaram dispostos à ideia de empreenderem e aplicarem, num possível próprio negócio, os conhecimentos adquiridos na graduação (inclusive alguns cogitam se tornarem consultores na área de Gestão). Com isso, a realização desta pesquisa viabilizou levantar novos questionamentos sobre como melhor estimular futuros administradores a considerarem a proposta de projeções às carreiras empreendedoras.

PALAVRAS-CHAVE: EMPREENDEDORISMO, PROJEÇÕES DE CARREIRAS, CAPACIDADE EMPREENDEDORA

Alternative entrepreneurial careers for a group of business students

ABSTRACT

Based on the the idea that newly graduated professionals in Management can prove to be able to create and launch new businesses corporations, generating work and income, this study consisted of exploring and learning the opinions of 30 Business Administration students, enrolled in a private college, in Juiz de Fora (MG). Through content analysis of what they report in interviews, it was observed that, although the study of Entrepreneurship is indispensable for the training of managers, it still proves necessary to promote greater credibility to the alternative of developing entrepreneurial skills. Therefore, it is essential to propose learning methods with approaches and practices that are configured beyond the traditional perspectives adopted in teaching entrepreneurial skills. In particular, this study suggests emphasizing how learners perceive their own skills and self-efficacy, as well as what they analyze from the achievements of other entrepreneurs. These propositions are inferred from the analysis of the answers of the interviewed university students who were willing to



undertake and apply, in a possible business, the knowledge acquired in the undergraduate course (including some considering becoming consultants in the Management area). With this, the accomplishment of this research made possible, even, to raise debates and to stimulate future administrators to consider the proposal of projections to the entrepreneurial careers.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP. CAREERS PROJECTIONS. ENTREPRENEURIAL SKILLS

INTRODUÇÃO

Considerando-se as novas configurações do mercado de trabalho, conforme já anunciadas pela 4ª Revolução Industrial, profissionais recém-formados precisam identificar alternativas para conquistarem emprego ou se apropriarem de oportunidades que viabilizem aplicar suas próprias capacidades para o desenvolvimento de carreiras (NEWMAN; OBSCHONKA; SCHWARZ; COHEN, 2019). Uma alternativa de trabalho, para diversos públicos, é a possibilidade de empreender, especialmente em consideração à alternativa de se criar um novo negócio (distinguindo, assim, das propostas de empreendedorismo corporativo ou intra empreendedorismo, que se revelam na aplicação de proposições do Empreendedorismo nos contextos de organizações já consolidadas). A alternativa de ser dono do próprio negócio é motivada não apenas pela autonomia em desenvolver uma identidade profissional mas, também, por permitir a um indivíduo conquistar o status de não depender de ser contratado por alguém, podendo vir a se apresentar como o próprio patrão (DORNELAS; VILAS BOAS; FERRAZ JUNIOR, 2009).

Este estudo foi realizado com um grupo composto por 30 estudantes universitários de Administração, em uma Instituição de Ensino Superior (IES) particular no município de Juiz de Fora, em Minas Gerais. Enquanto se dedicavam à exploração e aproveitamento do ensino de métodos, ferramentas e abordagens das



diferentes áreas de gestão, ao se encontrarem efetivamente matriculados nos 4º e 5º períodos do curso (cuja estrutura curricular é composta de 8 períodos) os participantes desta pesquisa puderam apresentar quais setores empresariais identificam como mais promissores para se criar novos negócios, especialmente ao cogitarem serem donos de um próprio negócio e refletirem sobre a possibilidade de serem empreendedores. Semelhante às considerações lançadas por Teixeira e Gomes (2004), Parreira, Carvalho, Monico e Santos (2017), Atitsogbe et al (2019), foi propício investigar as perspectivas destes alunos, num momento em que se apresentam susceptíveis a estabelecerem suas escolhas e planejamentos de suas futuras realizações profissionais.

Uma vez que, no instante em que foram entrevistados, ainda não haviam aprofundado conhecimentos de Planos de Negócios e Empreendedorismo, foi possível identificar e analisar os preconceitos que manifestam sobre iniciativas empreendedoras. Este critério sustentou o objetivo central de investigar como analisam e consideram a alternativa de se projetarem e desenvolverem carreira empreendedora.

Por objetivos específicos, foi proposto (a) identificar se os pesquisados consideram a alternativa de criarem negócios próprios para, assim, (b) destacar em quais setores de atuação teriam interesses para se tornarem empresários, ou profissionais autônomos, bem como (c) observar se são capazes de se perceberem autoeficazes para desenvolverem carreira empreendedora, ou (d) constatar que manifestam prevalecer medos e receios de confiarem nas próprias competências para serem empreendedores e criadores de novos negócios.

Enfatiza-se que, além do propósito de graduar novos profissionais para o mercado, as IESs se revelam como contextos propícios ao ensino do Empreendedorismo, cujas ações de formação profissional possam impactar mais do que, até mesmo, o que se observa na execução de programas de capacitação para o empreendedorismo e elaboração de planos de negócios, conforme promovidos por outros estabelecimentos de ensino (como cursos profissionalizantes ou, até mesmo, programas governamentais, por exemplo). A qualidade do ensino de



Empreendedorismo, para Bizzotto (2008), Dornelas (2015) e Schaefer e Minello (2017), representa medida promissora para contribuir para o desenvolvimento econômico do país, visto que a criação de novos negócios consiste na geração de empregos e atendimento às demandas de uma população consumidora de novos produtos e serviços que venham a ser criados.

Estima-se que investigar, sob caráter exploratório, o que universitários apresentem por opiniões e expectativas, possibilite delimitar como sejam revelados potenciais empreendedores. Baron e Shane (2007) e Dolabela (2008), sugerem meios para despertar e desenvolver competências de planejamento para a criação de novos negócios, especialmente quando este ideal configura alternativas para o desenvolvimento e projeção de carreiras empreendedoras.

Para orientar o leitor no percurso das reflexões projetadas neste artigo, esta Introdução serviu para contextualizar orientações para a formação empreendedora de estudantes universitários. Na Fundamentação teórica destacam-se ideias disseminadas na produção científica sobre Empreendedorismo e algumas articulações com outros saberes que viabilizam o seu ensino. A seção seguinte abrange o detalhamento dos procedimentos metodológicos aplicados nesta pesquisa para esclarecer como os dados foram obtidos, em consequência da interação com os estudantes entrevistados, assim como esclarecer as maneiras com que os relatos obtidos em entrevistas foram articulados com o que é proposto, teoricamente, por autores que se dedicam aos temas da formação de talentos e do perfil empreendedor. Na apresentação e análise das opiniões manifestas pelos pesquisados são projetadas categorias de respostas, decorrentes desse agrupamento e que se repetiram nos relatos dos entrevistados, complementados por alguns trechos de respostas obtidas das entrevistas realizadas. Assim, as análises das respostas dos entrevistados foram realizadas de modo a conferir suporte às Considerações finais deste estudo.



1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É inquestionável que a formação de um administrador contemple o estudo do Empreendedorismo como área de conhecimento aplicado aos campos da Gestão Empresarial, Economia, Sociologia e, até mesmo, Educação e Psicologia, de acordo com Baron e Shane (2007), Dornelas (2015) e Parreira, Carvalho, Mónico e Santos (2017), Atitsogbe et al (2019). Embora o termo empreendedorismo se configure, também, como “empreendedorismo corporativo” ou “intraempreendedorismo”, que se traduzem como a condição de funcionários de uma organização virem a desenvolver novos programas e aplicarem inovações em quaisquer contextos de trabalho (Dornelas, 2015), este estudo se concentra, especialmente, sobre a abrangência e importância do ensino de práticas aplicadas à criação de novos negócios.

Segundo Degen (2000), Dornelas, Vilas Boas e Ferraz Junior (2009) e Dolabela (2012) criar e lançar uma nova empresa propicia impactos sociais. Essa constatação se fundamenta justamente porque, além de orientar um indivíduo a se tornar um empresário, a criação de um novo negócio representa a geração de trabalho e renda para outras pessoas, uma vez que um empreendedor contratará profissionais para também se engajarem nos propósitos da empresa que cria.

No entanto, para se formar um empreendedor é indispensável acreditar e confiar em suas próprias capacidades, estruturando e desenvolvendo, assim, o senso de autoeficácia. Este é um construto apresentado por Bandura (1995) e um conceito chave em investigações concentradas sobre o desenvolvimento de carreiras profissionais. Articulando a autoeficácia com condicionantes para um indivíduo desenvolver carreira, Lanero, Vázquez e L’Aza (2016), Newman, Obschonka, Schwarz e Cohen (2019), Atitsogbe *et al* (2019) se dedicaram a pesquisar o que pode ser projetado, como capacidades próprias de um indivíduo, para o desenvolvimento de carreiras empreendedoras.

Além da autoeficácia (e da autoconfiança), Bizzotto (2008) afirma que para se conseguir concretizar ideais e consolidar a efetiva prática do que seja possível criar, um empreendedor precisa dominar habilidades interpessoais, especialmente para



apresentar suas intenções e objetivos às pessoas com quem poderá vir a trabalhar no desenvolvimento do negócio que tenha criado. Em razão disso, para a formação de novos empreendedores, se faz necessário promover uma aprendizagem que aborde projetos de vida, a exemplo do que Schaefer e Minello (2017) observam.

No entanto, é pertinente concentrar as propostas para formação e desenvolvimento de capacidades empreendedoras com apropriações do que representem as competências individuais que, conforme Carbone, Brandão, Leite e Vilhena (2006), Gramigna (2007) e Dutra (2014) são essenciais para o funcionamento e desempenho promissor de qualquer tipo de organização. Paralelo a essa observação, competências que sejam promovidas na formação de um profissional se revelam, portanto, apropriadas para a criação e o trabalho em novas empresas. É essencial, inclusive, considerar que a formação e desenvolvimento de competências, mesmo depois de um novo negócio já ter sido lançado, são determinantes para a preservação e sobrevivência do mesmo, especialmente sobre como constituir seus diferenciais no mercado em que se insere, preservando, assim, os conhecimentos adquiridos ao longo das experiências vividas e aprendidas (DAVENPORT e PRUSAK, 2003). Isto também se observa na trajetória vivida por um empreendedor e por toda a sua equipe de funcionários.

Destaca-se o quanto é comum (e tradicional) o ensino do Empreendedorismo se constituir, estritamente, de instruções sobre como elaborar planos de negócios, a exemplo de como Bernardi (2010) observa. Atualmente existem diferentes abordagens e ferramentas para se orientar a criação de novos negócios, a exemplo da projeção de canvas, conforme exemplificado por Bonazzi e Zilber (2014) e Martins, Mota e Marini (2019). Bizzotto (2008) buscou pontuar características diferenciais para a estruturação de um plano de negócios, e argumenta o quanto as informações constantes neste tipo de documento devam ser claras e convincentes para os diferentes públicos leitores para os quais se destina. Aborda-se, assim, a precisão de competências persuasivas para envolver outras pessoas e engajá-las para o lançamento de um novo negócio. Estes desafios ao empreendedor em formação são, portanto, evidenciados tanto no ensino do Empreendedorismo (PARREIRA,



CARVALHO, MONICO e SANTOS, 2017), como nas efetivas ações praticadas por quem cria um novo negócio (DORNELAS, 2015).

Entretanto, para se alcançar maior efetividade e confiança à projeção de carreira empreendedora, é necessário apresentar tal possibilidade considerando as esperanças e receios de quem manifesta interesse em empreender. Dolabela (2008), Newman, Obschonka, Schwarz e Cohen (2019) argumentam sobre a importância de se adequar a apresentação dos desafios inerentes à iniciativa empreendedora com as condições efetivamente vividas por quem se disponibiliza a aprender o processo empreendedor.

1.1 Projeções de carreiras para o empreendedorismo de oportunidade

Contanto que os investimentos em uma iniciativa empreendedora se apliquem na devida exploração de uma oportunidade revelada por um potencial público consumidor, para o qual o empreendedor possa empregar seus talentos, maiores serão as chances de se obter sucesso com a criação de novos negócios. Essa orientação consolida o que Dornelas (2015) define por “empreendedorismo de oportunidade” (daí a relevância de se contemplar a apropriação e o desenvolvimento de competências na formação de empreendedores). Para tanto, quem decide empreender pode se apoiar em informações estratégicas para orientar as melhores maneiras de lançar ofertas no mercado, a partir da conclusão de pesquisas de mercado e eficientes planejamentos de marketing, conforme Silva, Tenca, Schenini e Fernandes (2006) delimitam.

Constata-se que a busca por oportunidades de emprego se apresenta como um desafio comum a diversas pessoas, especialmente na atual conjuntura, em que, de acordo com Okay-Somerville e Scholarios (2015), são impostas necessidades de se explorar alternativas e tomar decisões coerentes ao melhor aproveitamento das oportunidades vividas, especialmente porque, de maneira geral, não é mais possível confiar na permanência em empregos, numa análise comparativa ao que era vivido pelas gerações passadas. Em decorrência de novas modalidades de contratos de



trabalho, das imposições resultantes das inovações que, inclusive, retratam a 4ª Revolução Industrial, se torna imperativo, aos profissionais recém formados, analisarem e perceberem, mais criteriosamente, como se configuram expectativas de desempenhos profissionais para, assim, identificarem como conquistar oportunidades de trabalho ou, até mesmo, de avaliarem seus próprios interesses para aplicarem capacidades empreendedoras (ATITSOGBE *et al*/2019), especialmente para a criação de novos negócios.

Alerta-se, assim, o risco de se investir em um “empreendedorismo de necessidade” que, diferente do “de oportunidade”, não apresenta garantias de sucesso. Empreender por necessidade se traduz num esforço de quem, submetido à condição de desempregado, decide criar meios de ter um emprego no próprio negócio (BIZZOTTO, 2008; DORNELAS, 2015). No entanto, a falta de garantias de investimentos para a manutenção do empreendimento repercute num dos principais fatores que culminam na mortalidade das empresas, no Brasil, conforme levantamentos do SEBRAE (2016).

1.2 Considerações à formação empreendedora

A dicotomia do empreendedorismo de necessidade e a disposição para se avaliar, criteriosamente, condições que viabilizem um empreendedorismo de oportunidade, é observada em determinadas etapas e experiências vividas. Bizzotto (2008) enfatiza que isso não se revela somente no receio de quem é demitido de um emprego. A disposição (e, mesmo, o desejo) de empreender pode ser expressa por profissionais em formação, a exemplo de estudantes universitários que estimam ser donos do próprio negócio onde poderão aplicar o que aprendem nos cursos de graduação.

De acordo com dados do SEBRAE (2007), um empreendedor, para garantir a sobrevivência e a durabilidade do próprio negócio, precisa dominar habilidades gerenciais (planejar, analisar o mercado e ter capacidade de formular estratégias para vendas), ser criativo para aproveitar as oportunidades que percebe como promissoras



para um novo negócio, além de buscar aprender constantemente e ter acesso às novas tecnologias de gestão (até mesmo para melhor decidir como aplicar e investir os lucros que obtiver). Com base nestas considerações, Bizzotto (2008) argumenta que novos empresários precisam se disponibilizar a conquistar novas maneiras de pensar o trabalho (inclusive sobre a própria postura, já condicionada, de ser empregado) e de ressignificar inseguranças para se trabalhar em novos contextos.

A permissividade para apreender condutas típicas de um empreendedor com maiores chances de sucesso é mais plausível de ser revelada por aqueles que se posicionam como aprendizes, viabilizando, assim, fundamentar o argumento de Dolabela (2008) de que é possível ensinar empreendedorismo. O desenvolvimento de competências para o planejamento e criação de novos negócios e de capacidades empreendedoras, naturalmente, se anunciam como estratégias promissoras para universitários que se apresentem em momento de definição sobre o que desenvolverão em suas carreiras profissionais.

Para tanto, é pertinente investigar como se apresentam as opiniões de universitários acerca da alternativa de se tornarem empreendedores. Supõe-se que condutas comuns de impedir iniciativas empreendedoras se traduzam em: permanecer repetindo o que já é feito por outros empresários; não se arriscar a fazer o que ninguém ainda experimentou; medo de errar, de tentar e não dar certo (o que configura a recusa de despertar análises críticas). Estes foram aspectos considerados no desenvolvimento desta pesquisa e sobre o que pode ser analisado das opiniões manifestas pelos pesquisados.

2 MÉTODOS DA PESQUISA

Para apresentar orientações sobre como explorar potencialidades empreendedoras e despertar capacidades para planejamento e criação de novos negócios, o método adotado, ao desenvolvimento deste estudo, se configura como descritivo-exploratório, com realização de entrevistas estruturadas, cujas respostas



obtidas foram submetidas à análise de conteúdo temática. Esta pesquisa exploratória, de caráter descritivo, viabilizou descrever o que os pesquisados pensam sobre a possibilidade de se tornarem empreendedores (RAMPAZZO, 2002; GIL, 2002; BERTUCCI, 2009). Assumiu-se, portanto, o desafio de analisar projeções de carreira empreendedora, conforme as opiniões apresentadas por universitários de Administração. As análises das informações obtidas em entrevistas foram agrupadas com base nas ideias que mais se repetiam entre diferentes respostas e, assim, categorizadas para possibilitar, de maneira mais objetiva, projetar comparações e articulações com o que foi explorado em proposições teóricas.

Uma vez que a coleta de dados tenha se promovido em caráter exploratório (GIL, 2010), com realização de entrevistas estruturadas, de acordo com os critérios esclarecidos por Machado (2007) e Vergara (2012), ressalta-se que as informações obtidas retratam peculiaridades dos entrevistados não podendo, portanto, serem projetadas de maneira generalista. Apesar das análises realizadas nesta pesquisa representarem, estritamente, opiniões de um grupo de 30 entrevistados, isto não cria desmérito à realização deste estudo, pois o seu valor consiste em retratar percepções relativas à projeção de iniciativas empreendedoras. Justifica-se a alternativa de se investigar as opiniões de um grupo por, uma vez que apresentam-se com uma característica específica (todos são estudantes de graduação em Administração, em uma mesma faculdade, e se encontravam, no momento da pesquisa, matriculados em períodos que representam a consolidação de metade com curso, com duração de oito anos), podem manifestar opiniões comuns, baseadas em uma ideia geral sobre um tema, ou noções que predominem para representa-la; especialmente no tocante à possibilidade de se tornarem empreendedores.

De acordo com Vergara (2012), a técnica da entrevista estruturada consiste em apresentar, para todos os entrevistados em uma pesquisa, os mesmos questionamentos. Estes devem, logicamente, ser baseados nos objetivos que se pretende explorar. Confere-se respaldo ao que seja pertinente analisar das informações obtidas, convergindo para articulações com propósitos disseminados em teorias. A realização de entrevistas estruturadas permite confirmar ou identificar



hipóteses a partir das respostas dos entrevistados sobre como percebem o tema estudado. Determinou-se, assim, pelo desenvolvimento de análises de conteúdo temáticas, conforme proposições de Bardin (2011), inclusive com adoção do critério de categorização de respostas para se identificar como as opiniões sobre a alternativa de ser empreendedor influenciam predisposições e projeções de carreiras; principalmente possibilitando estabelecer comparações entre diferentes manifestações sobre o tema investigado, bem como categorias que especificam o que os entrevistados pensam em comum.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE OPINIÕES

No primeiro semestre de 2019, em uma IES particular, situada em Juiz de Fora, foram realizadas 30 entrevistas cujas informações obtidas representaram opiniões de universitários de Administração à possibilidade de se tornarem empreendedores. Ensinar como garantir empreendedorismos de oportunidade implica em considerar a autoeficácia para empreender (LANERO, VÁZQUEZ e L'AZA, 2016; NEWMAN; OBSCHONKA; SCHWARZ; COHEN, 2019; ATITSOGBE *et al* 2019) e as competências individuais aplicadas ao bom desempenho nas empresas que sejam criadas. Estes dois fatores (autoeficácia e competências) foram explorados nas perguntas lançadas aos entrevistados, iniciando o contato questionando quais ideias imediatamente associam ao termo Empreendedorismo:

Quadro 1 – Ideias imediatamente associadas a Empreendedorismo

Categorização 1	Quando você se depara com o termo “empreendedorismo”, qual(is) a(s) primeira(s) ideia(s) lhe vem à mente?
14	Vontade de inovar explorando a própria criatividade
7	Desejo de ter o próprio Negócio
6	Determinação de ser o responsável pelo próprio sucesso
1	Determinação de ter a própria renda a partir de lucros do negócio próprio
1	Atitude para correr riscos
1	Intenções de criar novas soluções para o público geral
1	Opção de viver experiências que promovam novos aprendizados
1	Atitudes otimistas e positivas de quem assume iniciativa

Fonte: Dados da pesquisa

Nessa primeira categorização de respostas, totalizaram-se 14 respostas afirmando “vontade de inovar explorando a própria criatividade”. A noção de ser criativo reafirma o pressuposto de que competências individuais são essenciais para a criação de um novo negócio, conforme constatado por Bizzotto (2008) e Schaefer e Minello (2017), e em coerência a respostas afirmativas de que “(...) trabalhar no próprio negócio é decisivo para trabalhar para mim mesmo” (Entrevistado 17), visto que “a autonomia que um novo empreendimento requer é inevitável para se gerar e preservar a automotivação para um trabalho” (Entrevistado 24).

Enfatizou-se a vontade de empreender em respostas como: “Criar uma oportunidade para ganhar dinheiro de forma honesta, com trabalho digno seja ele qual for tanto à área de serviços, produtos e gerar lucro com esse trabalho” (Entrevistado 4); e “Abrir meu próprio negócio; ser bem sucedida” (Entrevistada 21). Confirma-se, assim, que a formação de administradores deve contemplar os saberes do Empreendedorismo (DORNELAS, 2015), especialmente por viabilizar que administradores em formação sejam capazes de vislumbrar oportunidades de se perceberem autorrealizados em suas futuras conquistas.

Quadro 2 – Possíveis projeções à carreira empreendedora

Categorização 2	Em algum momento, planejando sua vida profissional, você já cogitou a ideia de empreender? Se sim, pensa em criar um novo negócio na sua área de formação? Qual negócio seria?
10*	Já pretendeu criar um novo negócio no ramo alimentício.
5**	Planeja se apropriar do que aprende na faculdade para se tornar consultor(a) de empresas.
3	Se fosse empreender, desejaria atuar no ramo do moda.
2	Cogitou a possibilidade de desenvolver um novo negócio junto com membros da família.
2	Planeja empreender para o desenvolvimento de carreira musical.
2	Não pretende empreender
1	Cogitou a ideia de trabalhar como revendedora de softwares.
1	Já idealizou desenvolver comércio no ramo esportivo
1	Já pensou em desenvolver negócios no ramo da construção civil.
1	Pretende continuar o trabalho que já desenvolve, no ramo agropecuário, mas desenvolvendo o próprio negócio.
1	Deseja empreender aproveitando as competências que já apresenta, para o ramo da estética.
1	Reconheceu ter a intenção de criar um negócio no setor de eventos.
1*	Já cogitou criar e desenvolver um empresa de agronegócio
1**	Apropriando-se do que aprende na faculdade de Administração, pretende empreender na área de Finanças.
1**	Apropriando-se dos conteúdos aprendidos na faculdade de Administração, pretende empreender e atuar na área de Marketing.
1**	Apropriando-se dos conteúdos aprendidos na faculdade de Administração, pretende empreender e atuar na área de Gestão de Pessoas.

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme se pode deduzir pelas resposta obtidas no quadro 2, há uma tendência de projeção de negócios na área alimentícia como alternativa maior de realização profissional num momento da trajetória universitária se configura como etapa da vida propícia para se planejar e definir o que desenvolver como carreira profissional e, assim, poder escolher dentre alternativas para o futuro, conforme destacado por Lanero, Vázquez e L’Aza (2016) e Schaefer e Minello (2017), foi pertinente questionar se empreender seria uma possibilidade para os pesquisados.



Sendo unânime, entre os pesquisados, a condição de que almejavam, sim, poder ser donos de um próprio negócio, foi possível delimitar um agrupamento de preferências (ou mesmo expectativas) pela criação de negócios no ramo alimentício, fortemente percebido como “mais propício de se garantir rentabilidade para uma nova empresa” (Entrevistado 8).

Dentre os 10 entrevistados que revelaram interesse pelo setor de alimentos, um, em especial, também considera a possibilidade de montar um agronegócio, afirmando que “(...) poderia ser dono de duas empresas, sendo que uma abasteceria a outra, sendo, assim, empresário e cliente de mim mesmo” (Entrevistado 14).

O ramo da moda foi projetado por 3 entrevistados. Destacou-se, também, o interesse pela criação de negócios ligados à área esportiva, da construção civil, agropecuário, estética e eventos. Tais preferências, evidenciam-se como considerações aos reais interesses e condições efetivamente vividas por potenciais empreendedores, fundamentando o que Dolabela (2008), Dornelas, Vilas Boas e Ferraz Junior (2009) enfatizam ser determinante para envolver e encantar aprendizes em formação à alternativa de projetarem carreiras empreendedoras. Para tanto, pode-se inferir o quanto seja relevante (ou, até mesmo, imprescindível) orientar futuros gestores de modo que, ainda na fase de formação, compreendam como desenvolver o senso de autoeficácia para confiarem na possibilidade de empreenderem para criar novos negócios, em conformidade às observações lançadas por Atitsogbe *et al* (2019).

Foi relevante observar, com a apresentação desta pergunta, que 5 entrevistados cogitam se apropriarem dos conhecimentos que já adquirem na graduação em Administração para criarem empresas de consultoria, evidenciando articulações com as propostas de Davenport e Prusak (2003) de que os conhecimentos são indispensáveis para o aproveitamento e gestão de uma empresa. Neste subconjunto de 5 potenciais empresários na área de gestão, 1 especificou que gostaria de ter uma consultoria de Finanças, outro em Marketing e 1 em Gestão de Pessoas.

Projetando-se, especificamente, para a possibilidade de serem profissionais

autônomos (e donos do próprio negócio), perfis de interesse pela carreira musical, “[...] porque seria um trabalho realizado com prazer” (Entrevistado 11), ou trabalhar em negócios familiares, “[...] dando continuidade ao que já foi construído por parentes” (Entrevistado 20), bem como a afirmação de que não pretende empreender foram observados em dois indivíduos para cada uma destas alternativas (carreira musical, conduzir negócios da família e não empreender).

Quadro 3 – Referências de perfis empreendedores

Category rização 3	Você conhece, pessoalmente, alguém que é empreendedor e que trabalha no próprio negócio? O que mais se destaca, na sua percepção, sobre o jeito de ser desta pessoa?
12	Sim, atitude de preservar o foco e a determinação sobre o que pretende conquistar
6	Sim, coragem para ser independente e otimismo para confiar no sucesso
2	Sim, a capacidade de perceber e analisar as oportunidades e os riscos para praticar própria criatividade
2	Sim, a capacidade de planejamento e de assumir projeções visionárias.
2	Sim, paixão pelo o que cria e acredita ser inovador para outras pessoas
2	Não
1	Sim, habilidade para influenciar outras pessoas e praticar liderança
1	Sim, a assertividade para assumir e defender o próprio poder de decisão
1	Sim, o compromisso de preservar a pontualidade com os próprios compromissos
1	Sim, a autonomia de se sentir livre para conduzir as próprias realizações profissionais

Fonte: Dados da pesquisa

Pelo quadro 3, percebe-se que 12 pesquisados disseram conhecer empresários com negócios próprios. A principal atitude identificada nesses empresários convergiu para o foco e a determinação sobre o que pretendem conquistar, confirmando o que é pensado em senso comum e com o que Degen (2000) e Dornelas (2015) delimitam no perfil de um empreendedor. Seis entrevistados relataram perceber empreendedores como “pessoas com coragem de serem independentes” (Entrevistado 18) e “otimistas para persistirem e confiarem no sucesso de suas criações” (Entrevistado 26); 2 afirmaram perceber empreendedores como “profissionais analíticos às oportunidades e riscos para serem criativos” (Entrevistado 6), outros 2 entrevistados mencionaram conhecer empreendedores “planejadores”

(Entrevistado 11), “visionários” (Entrevistado 23) e outros 2 conheciam “empreendedores apaixonados por suas ideias” (Entrevistado 19). Também mencionaram “perfis com habilidades observadoras e assertivas para assumir decisões” (Entrevistado 21), “compromissados com pontualidade” (Entrevistado 19) e “autônomos em suas atividades” (Entrevistado 23). Somente 2 entrevistados, no grupo dos 30 participantes deste estudo, não conheciam nenhum empreendedor.

Quadro 4 – Apropriações de histórias conhecidas

Classificação	Você conhece alguém que já tentou montar o próprio negócio e que fracassou, ou que não tenha concretizado o projeto idealizado? O que você é capaz de identificar como uma lição a ser aprendida com a experiência desta pessoa?
21	Sim, necessidade de planejamento
3	Sim, necessidade de controle financeiro
3	Não
2	Sim, necessidade de persistência
1	Sim, necessidade de conhecimento

Fonte: Dados da pesquisa

Se conhecer histórias pode servir como referência para aprender a empreender, pelo quadro 4 vê-se que a maior parte dos entrevistados demonstrou poder se apropriar do que analisam das experiências vividas por empreendedores que conheciam. Ao especificarem motivos por que tais conhecidos não obtiveram sucesso com os próprios negócios, a maioria (21) pontuou como principal fator a “falta de planejamento correto” (Entrevistados 7, 11, 19 e 26). Também foram citadas “faltas de controle financeiro” (3 entrevistados), de persistência (2) e a necessidade de conhecimentos. As indicações destes fatores para o insucesso dos negócios reforçam as recomendações apresentadas por Silva, Tenca, Schenini e Fernandes (2003) e Bernardi (2010) de que é preciso aprimorar a maneira de se ensinar Empreendedorismo.

Quadro 5 – Vantagens previstas para se empreender

Categorização 5	Se um dia, surgir a oportunidade de você ser um(a) empreendedor(a), quais vantagens consegue já prever ao tentar esta experiência?
12	Autonomia para planejar o desenvolvimento da própria carreira
5	Possibilidade de aprender com a experiência de ser empreendedor
4	Usufruir da condição de realizar o que idealiza e vislumbra para o próprio futuro
3	Desenvolver a habilidade de persistência e resiliência frente aos desafios
3	Oportunidade de aplicar tudo o que aprende na faculdade de Administração
2	Conquistar oportunidades de crescimento pessoal, conjugando com as realizações de carreira
1	Coragem para realizar o inusitado a partir da própria criatividade

Fonte: Dados da pesquisa

Ao serem questionados quanto às possíveis vantagens de se tornar um empreendedor, a principal resposta (12, dentre os 30, quadro 5) foi relacionada à autonomia para planejar o desenvolvimento da própria carreira, no sentido de ter liberdade para tomar decisões quanto a vida profissional. Também foi citada a possibilidade de aprendizado com a experiência de ser empreendedor e realizar o que idealiza e vislumbra para o próprio futuro. Em menor número (3 relatos) foi apontada como vantagem o desenvolvimento de habilidades de persistência e resiliência frente aos desafios que fazem parte da vida de um empreendedor e outros 3 respondentes indicaram a oportunidade de aplicar conhecimentos da faculdade de Administração no possível negócio. Este último aspecto, por sua vez, pode gerar discordância em relação àqueles que acreditam poder empreender para serem consultores, conforme analisado da categorização das respostas apresentadas à segunda questão do roteiro de entrevista estruturada.

Por fim, a última pergunta lançada nas entrevistas abordou quais dificuldades e riscos acreditam que os empreendedores mais enfrentam. Foram destacados os “Riscos de perder todo o dinheiro investido, riscos de falência e endividamento” (Entrevistado 1). Porém, muitos enfatizaram que uma formação empreendedora eficaz deve contemplar o desenvolvimento de competências de superação e resiliência às



adversidades que surjam no mercado empresarial:

Riscos existem para ser superados, acredito que as dificuldades sempre vão existir; mas se tiver cuidado e a responsabilidade com os negócios tudo fica mais fácil de superar. Acredito que seja determinante saber separar os custos dos lucros para tomar decisões certas para o crescimento da empresa. (Entrevistado 4)

Acho que deve-se ter paciência, saber esperar e arriscar, eu sou um pouco impaciente e não gosto de arriscar muito em causas incertas, creio isso seria um risco. (Entrevistado 16)

Foram notórias as revelações de que, mesmo reconhecendo as dificuldades que possam impactar uma iniciativa empreendedora, prevalecem predisposições ao senso de resiliência para lidar e superar as dificuldades que sejam comuns de serem enfrentadas por empreendedores. Destacam-se, nestas respostas, a crença no otimismo de que é possível, sim, conquistar sucesso a partir da determinação de se empreender:

É necessário enfrentar os medos, a insegurança, a opinião negativa dos outros, o tempo de adaptação, as perdas. Eu sou muito indecisa mas acho que enfrentaria com calma e decidida a sempre traçar e contar com um plano B. (Entrevistada 5).

O risco de investir em uma coisa incerta, iniciar um negócio sem uma alavancagem considerável no mercado e após isso saber se valeu a pena ou não. Para mim seria complicado no início, mas faria os riscos valerem à pena. (Entrevistado 7)

Um empreendedor não pode ter medo de se arriscar. Isso para mim não seria nenhum problema. (Entrevistado 27).

Destaca-se, assim, o quanto as considerações às crenças de autoeficácia sejam determinantes para a projeção de carreiras empreendedoras.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em especial ênfase sobre os contextos de trabalho, e como se configuram oportunidades de emprego para profissionais recém formados, identificam-se, na sociedade contemporânea, contingências que revelam instabilidades para a manutenção de empregos que são comumente impostas a qualquer profissional (e, em muitos casos, independente no setor de atuação em que empregados confiam em se preservar trabalhando). Portanto, lançar-se à possibilidade de empreender pode ser percebida como uma alternativa de carreira profissional. Essa é uma situação capaz de ser experimentada por muitas pessoas, especialmente quando surpreendidas ao serem desvinculadas do quadro de funcionários ativos de uma organização.

Estimou-se que investigar o que estudantes universitários apresentam por opiniões e expectativas quanto à sugestão de serem empreendedores, contribuiria para levantar questionamentos que possam ser explorados em outras pesquisas concentradas sobre como se revelam potenciais empreendedores. De todo modo, foi possível identificar o que os participantes deste estudo, em especial, analisam, mais criteriosamente, ao observarem as realizações e fracassos dos que já são empreendedores.

As análises de conteúdo, embasadas nas comparações entre as respostas obtidas dos pesquisados com o que é explorado, teoricamente, para o ensino do Empreendedorismo, contribuem, portanto, para inspirar o desenvolvimento de novas pesquisas. Assim, sugere-se que estudos complementares possam ser desenvolvidos para melhor se explorar e especificar medidas que se revelem pertinentes para o desenvolvimento de competências (inclusive comportamentais) e para a promoção da autoeficácia em potenciais empreendedores. Investigar a autoeficácia se revela como uma iniciativa promissora e relevante para produção de novas pesquisas, especialmente quando for possível investigar as perspectivas de universitários, tendo em vista que cogitam, sim, a possibilidade de serem profissionais autônomos (empreendedores da própria carreira) ou, até mesmo, criarem novos negócios



(optando pela carreira empreendedora), principalmente em setores que identificam como promissores – a exemplo do ramo de alimentos, ou para prestação de serviços de consultorias que viabilizem aplicar o que tenham aprendido na faculdade.

Ao se especificar o interesse em observar se os pesquisados seriam capazes de se perceberem autoeficazes para desenvolverem carreira empreendedora, foi observado que a maioria apresentou ideias positivas e atitudes admiráveis, como coragem e autodisciplina, associadas ao que represente ser empreendedor (com foco sobre a capacidade para se criar novos negócios). Manifestaram, assim, consideração à necessidade de se explorar a própria criatividade e se confiar na própria autoeficácia para, se conseguir superar medos e receios para se investir na criação de um negócio próprio.

De todo modo, para promover maior autoconfiança em possíveis novos empresários, é possível sugerir que a apresentação de conteúdos relativos ao Empreendedorismo, principalmente em cursos de graduação em Administração (a exemplo do contexto explorado neste estudo), contemple, também, sensibilização, esclarecimentos e promoção de debates sobre o que (e como) constitui o senso de autoeficácia. Ainda que os participantes desta pesquisa tenham destacado qualidades positivas que atribuem aos empreendedores que conheçam (como visionários, criativos, autônomos pontuais e capazes de tomar decisões assertivas), os pesquisados acreditam e supuseram que falta de planejamento correto, falta de controle financeiro e de conhecer previamente o mercado, sejam as principais causas para se fracassar na criação de novos negócios.

Assim, para se apurar o que possam vir a manifestar por medos e receios de confiarem nas próprias competências para serem empreendedores e criadores de novos negócios, ainda que tais receios não se sobreponham à credibilidade de poderem ser empreendedores, os participantes desta pesquisa apontaram que perder dinheiro e se endividar seria a condição de maior risco. No entanto, demonstraram priorizar perspectivas otimistas para quem se disponibiliza a superar desafios, conforme observam por predisposições de quem deseje empreender.



Logicamente que esta investigação não esgota proposições e discussões sobre como habilidades empreendedoras sejam percebidas e adquiridas por estudantes universitários. Estudos semelhantes podem ser realizados em outros contextos de ensino, até mesmo na formação profissional e ensino superior de outras áreas, além da Administração. Todavia, este estudo, em particular, se concentrou em ressaltar crenças, opiniões e, até mesmo, aptidões às capacidades empreendedoras.

REFERÊNCIAS

ATITSOGBE, Kokou A.; MAMA, Nambè P.; SOVET, Laurent Sovet; PARI, Paboussoum; ROSSIER, Jérôme. Perceived employability and entrepreneurial intentions across university students and job seekers in Togo: the effect of career adaptability and self-efficacy. **Frontiers in psychology**. v.10(180), p.1-14, 2019.

BANDURA, Albert. **Self-efficacy in changing societies**. New York: Cambridge University Press, 1995.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Rio de Janeiro: Edições 70, 2011.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2010.

BERTUCCI, Janete Lara de Oliveira. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos: ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação *lato sensu***. São Paulo: Atlas, 2009.

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. São Paulo: Atlas, 2008.



BONAZZI, Fábio Luiz Zandoval; ZILBER, Moises Ari. Inovação e modelo de negócio: um estudo de caso sobre a integração do Funil de Inovação e o Modelo Canvas. **Revista brasileira de gestão de negócio**, São Paulo, v.16(53), p.616-637, 2014.

CARBONE, Pedro Paulo; BRANDÃO, Hugo Pena; LEITE, João Batista Diniz; VILHENA, Rosa Maria de Paula. **Gestão por competências e gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Makron Books, 2000.

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

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis; VILAS BOAS, Eduardo; FERRAZ JUNIOR, Caio. **Empreenda antes dos 30: o guia do jovem empreendedor aos 30, 60, 90... o importante é começar cedo!**. São Paulo: Saraiva, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DUTRA, Joel Souza. **Competências: conceitos e instrumentos para a Gestão de Pessoas na Empresa Moderna**. São Paulo: Atlas, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002

GRAMIGNA, Maria Rita. **Modelo de competências e gestão dos talentos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.



LANERO, Ana; VÁZQUEZ, José Luiz; L'AZA, Carlota. Social cognitive determinants of entrepreneurial career choice in university students International. **Small Business Journal**, v.34(8), p.1053–1075, 2016.

MACHADO, Marília Novais da Mata. Entrevistas de pesquisa não-estruturadas e semi-estruturadas. In: GARCIA, Fernando Coutinho; HONÓRIO, Luiz Carlos (coord.). **Administração, metodologia, organização e estratégia**. Curitiba: Juruá, pp.41-66, 2007.

MARTINS, Humberto Falcão; MOTA, João Paulo; MARINI, Caio. Business models in the public domain: the public governance canvas. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v.17(1), p. 49-67, 2019.

NEWMAN, Alexander; OBSCHONKA, Martin; SCHWARZ, Susan; COHEN, Michael. Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. **Journal of Vocational Behavior**, v.110, p.403-419, 2019.

OKAY-SOMERVILLE, Belgin; SCHOLARIOS, Dora. Career self-management, perceived employability and employment success during university-to-work transitions: A Social Cognitive Career Theory perspective. **Zarządzanie Zasobami Ludzkimi = Human Resource Management**, v.107(6), p.33-60, 2015.

PARREIRA, Pedro Miguel Santos Dinis; CARVALHO, Carla Maria Santos de; MONICO, Lisete dos Santos; SANTOS, Ana Sofia Marques de Oliveira Pereira. Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala Oportunidades e Recursos para Empreender. **Revista Psicologia: organizações e Trabalho**, v.17(4), p.269-278, 2017.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo Fernando. A Formação de Novos Empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedoras. **Revista da micro e pequena empresa**, Campo Limpo Paulista, v.11(3), p.2-20, 2017.



SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005.** Relatório de Pesquisa. Brasília: SEBRAE. 2007. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)> Acesso em: 8 jan. 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** Relatório de Pesquisa. Brasília: SEBRAE. 2016. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>> Acesso em: 8 jan. 2019

SILVA, Helton Haddad; TENCA, Evandro Cesar; SCHENINI, Paulo Henrique; FERNANDES, Sandra. **Planejamento estratégico de marketing.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TEIXEIRA, Marco Antônio Pereira; GOMES, William Barbosa. Estou me Formando... E Agora? Reflexões e Perspectivas de Jovens Formandos Universitários. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v.5(1), p.47-62, 2004.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de coleta de dados no campo.** São Paulo: Atlas, 2012.

Recebido em 28/04/2020

Publicado em 12/05/2020