

Competências Empreendedoras na Geração Z: Um Estudo com Alunos de Graduação em Administração

Entrepreneurial Skills in Generation Z: A Study with Undergraduate Business Administration Students

DOI: 10.34140/bjbv4n4-062

Recebimento dos originais: 05/08/2022

Aceitação para publicação: 30/09/2022

Leonardo Ribeiro Gendra

Bacharel em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP, Instituição:
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP
Endereço: Rua Monte Alegre, 984 (ERBM - sala 122) - Perdizes, São Paulo - SP, Brasil
E-mail: leo_gendra@hotmail.com

João Pinheiro de Barros Neto

Doutorado em Sociologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP, Instituição:
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP.
Endereço: Rua Monte Alegre, 984 (ERBM - sala 122) - Perdizes, São Paulo - SP, Brasil
E-mail: professorbarros@hotmail.com

RESUMO

A geração Z entra agora em um mercado de trabalho muito dinâmico, em que o emprego formal como conhecemos parece fadado a desaparecer ou se restringir. Por isso, é de fundamental importância para os membros dessa geração e para as instituições de ensino identificar e analisar a percepção de espírito empreendedor e as competências empreendedoras dessa geração. A pesquisa teve como objetivo identificar a percepção dos alunos da Faculdade de Economia, Administração, Contábeis e Atuariais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (FEA PUC-SP) pertencentes à geração Z do curso de Administração sobre suas competências empreendedoras e se acreditam que o curso estimula esses comportamentos empreendedores. Os resultados mostram que os alunos possuem as competências empreendedoras em nível destacado (índice de 3,95 em cinco) e acreditam que a universidade estimula seu espírito empreendedor, fornecendo conhecimento e ferramentas básicas para desenvolver o empreendedorismo (favorabilidade acima de 80%). O estudo indica algumas oportunidades de melhoria e sugere continuidade de pesquisas, visando compreender melhor a geração Z e o processo de ensino-aprendizagem de empreendedorismo.

Palavras-chave: Competências, Empreendedorismo, Liderança, Geração Z, Gestão de pessoas.

ABSTRACT

Generation Z is now entering a very dynamic job market, where formal employment as we know it seems destined to disappear or be restricted. Therefore, it is of fundamental importance for members of this generation and for educational institutions to identify and analyze the perception of entrepreneurial spirit and entrepreneurial skills of this generation. The research aimed to identify the perception of students from the Faculty of Economics, Administration, Accounting and Actuarials of the Pontifical Catholic University of São Paulo (FEA PUC-SP) belonging to the Z generation of the Administration course about their entrepreneurial skills and whether they believe that the course encourages these entrepreneurial behaviors. The results show that students have entrepreneurial skills at an outstanding level (index of 3.95 out of five) and believe that the university encourages their entrepreneurial spirit, providing knowledge and basic tools to develop entrepreneurship (favorability above 80%). The study indicates some opportunities for improvement and suggests continuity of research, aiming to better understand generation

Z and the teaching-learning process of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Generation Z, Leadership, People management, Skills.

1 INTRODUÇÃO

Os constantes avanços tecnológicos do século XXI e a rapidez dos meios tecnológicos resultaram em um maior dinamismo na sociedade, afetando tanto a forma como os indivíduos lidam com a tecnologia quanto a interação entre as pessoas. Essa nova relação do indivíduo com a tecnologia também se reflete no mercado trabalho.

Nascida em um mundo tecnológico, a geração Z é exemplo do impacto das transformações técnicas e científicas recentes no comportamento das pessoas. Esta pesquisa considerou pertencentes à geração Z os indivíduos nascidos entre 1994 e 2010, conforme Fagundes (2010).

Essa geração está ingressando atualmente no mercado de trabalho e logo estará massivamente inserida nele, isso ressalta a importância de compreender o entendimento desses jovens sobre as ambições e suas principais características.

Importa identificar se essa geração pretende ser de trabalhadores com registro em carteira, tendo a segurança de um salário fixo mensal, ou se eles possuem características mais arrojadas, pendendo para o lado empreendedor, com perfil mais independente, tomando mais iniciativas e deixando a estabilidade para arriscar-se a construir sua própria empresa.

A importância da geração Z vem crescendo em todos os âmbitos sociais, tornando-se um segmento consumidor relevante, como apontam Ceretta e Froemming (2011).

Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi justamente identificar o perfil empreendedor dos alunos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) que pertencem à geração Z e verificar a opinião deles sobre o tratamento do assunto empreendedorismo nas aulas da Universidade.

Empreendedorismo, empreendedores e competências empreendedoras

O empreendedorismo desperta grande interesse atualmente, tanto no ambiente social quanto nos campos econômico e acadêmico, pois, nas palavras de Barros Neto (2018), vê-se os empreendedores como seres especiais dotados de habilidades especiais.

O termo empreendedorismo deriva da palavra francesa *entreprendre*, que identificava os indivíduos encarregados das expedições militares no início do século XVI, mas, por volta de 1700, o termo foi estendido para descrever pessoas que corriam riscos e suportavam incertezas para realizar inovações (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991).

Mais tarde, os empreendedores foram identificados como pessoas inovadoras por trás do progresso econômico, ou seja, eles eram os agentes que causavam as mudanças (DRUCKER, 2016; FILION, 1999).

Não obstante, como aponta Barros Neto (2012), são muitas as características que definem um empreendedor.

Para Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2008), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente introduzindo novos produtos e serviços e criando novas formas de organização ou explorando novos recursos materiais.

Assim, empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, que se antecipa aos fatos e tem uma visão futura de sua organização. Ser uma pessoa empreendedora significa, principalmente, ter o objetivo de sempre realizar coisas novas e colocar em prática suas inovações.

Semler (1998, p. 100) afirma que o empreendedor é “aquele que detém o dom de dar o primeiro empurrão no negócio”, de modo que o termo é utilizado para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas.

Filion (1999, p. 7) destaca que a “essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios” ou ainda, “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (p. 19).

Nesse sentido, o empreendedor é um “ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar seu próprio negócio (DOLABELA, 2008, p. 23).

Assim, pode-se definir o empreendedorismo como o processo de iniciar e expandir um negócio e o empreendedor, como a pessoa que apresenta determinadas competências suficientemente desenvolvidas para identificar e aproveitar oportunidades por meio da criação, abertura e frequentemente gestão de uma empresa ou negócio.

Muitas pessoas têm o sonho de se tornarem empreendedoras, segundo uma pesquisa realizada pelo Sebrae (4 EM CADA 10, 2016), quatro em cada dez brasileiros são empreendedores, demonstrando sua aptidão para encarar os desafios e tornar realidade seu sonho de ser dono do seu próprio negócio.

Segundo Chiavenato (2008, p. 7), o empreendedor é quem “consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”, assim, o espírito empreendedor pode ser definido como a capacidade de inovar e buscar sempre soluções para os problemas de sua empresa.

O empreendedor possui um espírito capaz de perseguir “incansavelmente uma oportunidade, seja em uma empresa nova, seja em uma existente para criar valor e ao mesmo tempo assumir tanto o risco quanto a recompensa por seus esforços” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2018, p. 5).

Para se identificar e compreender as competências empreendedoras no indivíduo, é preciso observá-lo em ação (ZARIFAN, 2001).

De acordo com Menezes e Costa (2016), as competências empreendedoras se definem a partir de uma série de características presentes nos empreendedores.

Segundo Alves (2009), a competência comportamental é uma integração das competências psicológicas, que abrangem sentimentos e a forma como se lida com eles, e as competências sociais, que seriam as habilidades aprendidas desde a infância e possibilitam o convívio social.

Becker e Lacombe (2005, p. 182) definem competência empreendedora como um ato, que envolve “capacidade de identificar, gerenciar, aprender e explorar vantagens competitivas e oportunidades no âmbito do negócio para realizar ou concretizar uma visão”.

Para atender aos objetivos deste estudo, utilizaram-se as competências empreendedoras consideradas no trabalho de Lenzi (2008) levando em conta os estudos de Cooley (1990), que elaborou um questionário para identificar as dez competências empreendedoras, apresentadas no Quadro 1, agrupadas em três categorias: um conjunto de realizações, um de planejamento e um terceiro de poder.

Quadro 1 - Competências empreendedoras

CONJUNTO DE REALIZAÇÃO
BUSCA POR OPORTUNIDADES E INICIATIVA (BOI)
Lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços. Toma iniciativas pioneiras de inovação, gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados. Produz resultado decorrente da comercialização de produtos e serviços gerados a partir da oportunidade de negócio que identificou e captou no mercado. Possui um alto caráter empreendedor.
CORRER RISCOS CALCULADOS (CRC)
Avalia o risco de suas ações na empresa ou no mercado por meio de informações coletadas. Age para reduzir os riscos das ações propostas. Está disposto a correr riscos, desde que sejam planejados, pois eles representam um desafio pessoal e poderão de fato trazer bom retorno para a empresa. Possui um caráter menos empreendedor, prefere se estabelecer em empresas já consolidadas.
EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA (EQE)
Suas ações são muito inovadoras, trazendo qualidade e eficácia nos processos. É reconhecido por satisfazer seus clientes por meio de suas ações e resultados. Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade reconhecidos por todos. Possui um caráter mais empreendedor, pois, por ser exigente, prefere fazer por si próprio e saber que vai obter bons resultados.
PERSISTÊNCIA (PER)
Age para driblar ou transpor obstáculos quando eles se apresentam. Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos. Admite ser responsável por seus atos e resultados, assumindo a dianteira para alcançar o que é proposto. Possui um caráter mais próximo do empreendedor, pois é flexível em suas ações, desde que obtenha bons resultados.
COMPROMETIMENTO (COM)
Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas, honrando os patrocinadores e parceiros internos. Quando necessário, “coloca a mão na massa” para ajudar a equipe a concluir um trabalho. Está disposto a manter os clientes satisfeitos e de fato consegue. Possui um caráter menos empreendedor, prefere a estabilidade e valoriza a força de trabalho conjunta.
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO
BUSCA DE INFORMAÇÃO (BDI)
Vai pessoalmente atrás de informações confiáveis para realizar um projeto. Investiga pessoalmente novos processos para seus projetos ou ideias inovadoras. Quando necessário, consulta pessoalmente especialistas para lhe ajudar em suas ações. Prefere investir em inovações, porém baseadas em dados obtidos por si próprio.
ESTABELECIMENTO DE METAS (EDM)
Define suas próprias metas. Suas metas são claras e específicas, e entendidas por todos os envolvidos. Suas metas são mensuráveis e perfeitas. Prefere investimentos com maior estabilidade e que cumprem com as metas estabelecidas inicialmente no projeto.
PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS (PMS)
Elaboram planos com tarefas e prazos bem definidos e claros. Revisa constantemente seus planejamentos, adequando-os quando necessário. É ousado na tomada de decisões, mas se baseia em informações e registros para projetar resultados. Prefere investir em novidades, é flexível e se adapta conforme resposta do mercado.
CONJUNTO DE PODER
PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS (PRC)

Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para alcançar os resultados propostos. Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados que se propõe ou conseguir os recursos necessários. Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamento profissional.

INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA (IAC)

Está disposto a quebrar regras, suplantar barreiras e superar obstáculos, é independente. Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições. É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.

Fonte: Cooley (1990 apud Lenzi, 2008, p. 47).

Com base no que Dornelas (2007) descreve, no passado dificilmente um acadêmico recém-formado tentaria partir para seu negócio próprio, considerando-se a estabilidade que as propostas nas empresas multinacionais e nacionais garantiam, além de bons salários e perspectiva de crescimento, fazendo com que a criação do negócio próprio não fosse um tema visado.

Segundo Ferreira e Freitas (2013), quando se fala da formação de empreendedores, é de suma importância citar a participação das empresas juniores na construção do conhecimento e do espírito inovador

Em consonância a Verga e Silva (2014), apesar de o termo empreendedorismo ser um tema reconhecido há mais de dez séculos, só começou a ser inserido no meio acadêmico a partir das últimas décadas.

Geração Z

Segundo Andrade et al. (2012), a geração Z carrega muitas definições e características próprias.

A geração Z, é considerada uma geração que acelerou seu desenvolvimento intelectual, “o que a tornou mais exigente quanto ao seu trabalho e à sua qualidade de vida” (COSTA; COSTA; LADEIRA, 2013, p. 12).

Segundo Freire Filho e Lemos (2008), a geração Z pode ser chamada também de geração digital, geração net e geração ponto com e, conforme lembra Fagundes (2011), essa geração não sabe como é a vida sem a internet, computadores e telefones celulares.

Martins e Flink (2019), em sua pesquisa, afirmam que os meios de comunicação e os avanços tecnológicos estão sob total domínio e incorporados de forma natural nessa geração, que se mostra plenamente integrada com essas tecnologias, pois nasceram e crescem envolvidas e rodeadas por elas.

Contudo, mesmo com tanta naturalidade com a tecnologia, essa geração possui algumas dificuldades que provavelmente atrapalharão ao longo de sua jornada acadêmica e profissional. Pode-se notar que cada vez mais se desenvolve uma tendência individualista nos membros dessa geração, podendo desencadear, futuramente, uma grande dificuldade em estabelecer vínculos com outras pessoas, já que há uma tendência à reclusão, o que pode causar conflitos de relacionamento, com relações interpessoais tornando-se cada vez mais raras.

2 METODOLOGIA

O instrumento de coleta de dados foi um questionário que é “utilizado em pesquisas quantitativas”, como ensina Tannus (2011, p. 64), com perguntas fechadas, ou estruturadas com escala Likert, uma vez que os respondentes tiveram que “expressar seu grau de concordância ou discordância com as afirmações” (TANNUS, 2011, p. 65).

O questionário aplicado foi formado por 33 perguntas que resultaram na classificação dos participantes de acordo com suas características empreendedoras, conforme o Quadro 1 apresentado anteriormente.

O questionário foi respondido pelos alunos da PUC-SP no ano de 2020, por meio de formulário eletrônico e as perguntas do formulário foram subdivididas em duas categorias.

A primeira categoria foi voltada ao questionamento do mundo profissional, composta por trinta perguntas, formuladas de acordo com o modelo de competências empreendedoras já apresentado no Quadro 1. As questões tiveram por objetivo definir as características empreendedoras dos participantes com perguntas sobre como eles pretendem trabalhar no futuro, como tomam suas decisões profissionais, como se planejam e no que preferem investir. Ao tabular essas trinta primeiras perguntas foi possível enquadrar os perfis dos alunos de acordo com os três conjuntos de competências empreendedoras vistos anteriormente.

A segunda parte foi composta por três perguntas sobre o espírito empreendedor durante as aulas na PUC-SP, para que fosse possível analisar se os alunos da universidade reconhecem que a instituição oferece conhecimento e estímulos necessários para o desenvolvimento de competências empreendedoras.

O universo da pesquisa foi composto por alunos do curso de Administração da PUC-SP, pertencentes à geração Z, segundo o período definido por Fagundes (2011), e o questionário ficou disponível por trinta dias corridos, durante todo o mês de abril de 2020 e foi realizado exclusivamente on-line. Devido à pandemia da COVID-19, a abordagem de alunos para o questionário foi realizada via lista de WhatsApp dos pesquisadores.

Por meio desse método, foi possível obter 123 respostas, porém só foram consideradas válidas cem delas, pois algumas delas tiveram os questionários incompletos, faltando respostas ou ainda fora do limite de idade definido para considerar o respondente como pertencente à geração Z.

A análise de dados foi realizada por meio de uma mensuração simultânea dos resultados e gráficos que permitiram formular uma avaliação sobre as percepções da geração Z da PUC-SP sobre suas competências empreendedoras e as de maior relevância.

O questionário utilizou a escala Likert numérica, em que 1 representava “Nunca”, 2 representa “Raras vezes”, 3 equivale a “Algumas vezes”, 4 “Quase sempre” e por último 5 que representa “Sempre”. A partir das respostas foi realizada uma soma e obtida uma média para determinar os resultados, cuja maior média possível é 5, o que corresponde a todas as respostas iguais a 5. Foi utilizado o software

Microsoft Excel[®] para realizar esse processo.

A análise dos dados foi realizada a partir de um gabarito (média aritmética dos pontos selecionados nas perguntas) que apresenta as médias menores que 4, representando a ausência de relevância da competência, e as médias maiores ou iguais a 4, que representam a presença relevante das competências empreendedoras, chegou-se a esse parâmetro determinando 3 como a média intermediária.

3 ANÁLISE DE DADOS

Na distribuição dos respondentes por gênero, observou-se uma leve predominância do sexo masculino, que representou 59% dos pesquisados (59 alunos), enquanto 41% pertenciam ao gênero feminino.

A Tabela 1 demonstra a presença quase unânime de alunos do curso de Administração (objeto inicial do estudo).

Tabela 1 - Distribuição dos Respondentes por Curso

CURSO	QUANTIDADE	%
Administração	98	98%
Economia	1	1%
Ciências Contábeis	1	1%
TOTAL	100	100%

Fonte: pesquisa

A presença, entre os entrevistados, de alunos dos demais cursos demonstrados, não invalida a amostra, pois se encontravam, no momento da pesquisa, assistindo aulas no Curso de Administração.

Ademais, como foi explicado anteriormente, por conta da pandemia, a comunicação com todos os alunos da Faculdade (Economia, Administração, Contábeis e Atuariais) se tornou inviável.

A Tabela 2 revela o semestre dos estudantes pesquisados, para assim conseguir ter uma dimensão do quanto eles vivenciaram do curso e da Universidade.

Tabela 2 - Distribuição dos Respondentes por Semestre

SEMESTRE	QUANTIDADE	%
1º Semestre	28	28%
2º Semestre	3	3%
3º Semestre	5	5%
4º Semestre	3	3%
5º semestre	40	40%
6º Semestre	7	7%
7º Semestre	6	6%
8º Semestre	2	2%
9º Semestre	6	6%
TOTAL	100	100%

Fonte: pesquisa

A Tabela 3 demonstra a visão dos estudantes em relação ao estímulo ao espírito empreendedor das aulas do curso de Administração, sendo que o grau um da escala representa que as aulas pouco estimulam e o grau cinco que ocorre alto estímulo.

Tabela 3 - Estímulo ao Espírito Empreendedor das Aulas

AULA	QUANTIDADE	%
1	10	10%
2	15	15%
3	30	30%
4	29	29%
5	16	16%
TOTAL	100	100%

Fonte: pesquisa

Na Tabela 3, 75% (notas três, quatro e cinco) dos questionados acreditam que as aulas estimulam os alunos a serem futuros empreendedores. Porém, 30% dos entrevistados avaliaram nota três, o que pode indicar uma necessidade de buscar melhorias para incentivar ainda mais os alunos a ingressarem no mundo dos negócios.

A Tabela 4 aponta a visão dos estudantes em relação ao curso de Administração como um todo, se estimula o espírito empreendedor do aluno, sendo que o grau um da escala representa que o curso pouco estimula e a escala cinco que ocorre alto estímulo.

Tabela 4 - Estímulo ao Espírito Empreendedor do Curso como um Todo

AValiação	QUANTIDADE	%
1	7	7%
2	12	12%
3	24	24%
4	38	38%
5	19	19%
TOTAL	100	100%

Fonte: pesquisa

Na Tabela 4 pode-se notar que a maioria das respostas, 38% avaliam em quatro e 19% em cinco, representada por 57%, avaliam que as aulas do curso e a universidade PUC-SP incentivam altamente o estímulo ao empreendedorismo, pois a maioria das respostas estão acima da média (nota três).

A Tabela 5 mostra se os alunos participantes da pesquisa acreditam que a PUC-SP, no geral, oferece os conhecimentos necessários para ser um empreendedor de sucesso.

Tabela 5 - Capacidade empreendedora PUC-SP

CAPACIDADE EMPREENDEDORA	QUANTIDADE	%
1	4	4%
2	12	12%
3	16	16%
4	35	35%
5	33	33%
TOTAL	100	100%

Fonte: pesquisa

Como se pode notar na Tabela 5, a maioria, representada por 68% (notas acima da média) dos alunos, analisa que a universidade em aspectos gerais possui uma boa oferta de conhecimento para os alunos sobre o mundo empreendedor.

A tabela 6 demonstra as médias aritméticas das três perguntas das dez competências empreendedoras questionadas e ela permite analisar os três conjuntos de competências consideradas neste estudo: Realizações, Planejador e Poder.

Tabela 6 - Distribuição das Médias por Competência

Questão/Competência	1	2	3	Média Aritmética
BOI	3,52	3,55	3,16	3,41
CRC	3,92	4,18	3,92	4,00
EQE	4,23	3,84	3,91	3,99
PER	4,00	4,10	4,39	4,16
COM	4,20	4,64	4,07	4,30
BDI	4,40	3,87	3,77	4,01
EDM	3,71	3,94	3,84	3,83
PSM	3,93	4,00	3,82	3,91
PRC	3,89	3,84	3,93	3,88
IAC	3,83	3,75	3,57	3,71

Fonte: pesquisa

O Conjunto de Realizações é composto por: busca de oportunidade e iniciativa (BOI); correr riscos calculados CRC; exigência de qualidade e eficiência (EQE); persistência (PER) e comprometimento (COM). Nesse conjunto, três das cinco competências se destacaram com médias maiores ou igual a quatro: CRC, PER e COM.

Nesse conjunto é possível concluir que os alunos possuem o ímpeto de ir atrás de seus planos e buscam novas oportunidades. Ademais, possuem a característica da persistência, ou seja, agem sempre para driblar obstáculos, estão dispostos a enfrentar desafios e não desistir. Destaca-se também o comprometimento, o que significa que possuem a intenção de terminar suas tarefas, dispõem-se à prática do serviço se necessário e gostam de trabalhar em equipe. Essas três competências destacadas comprovam que os alunos da geração Z possuem características empreendedoras relevantes.

O segundo conjunto de competências, o de Planejamento é composto por: busca de informações (BDI); estabelecimento de metas (EDM) e planejamento e monitoramento sistemático (PMS).

Nesse conjunto houve apenas uma competência com média maior a quatro e considerada relevante, a BDI, que aponta que os alunos possuem a característica de irem atrás eles mesmos das informações necessárias para realização de seus trabalhos e consultam especialistas para sanarem suas dúvidas. Essa competência está diretamente relacionada com a característica da geração Z de possuir a vontade de solucionar seus problemas rapidamente e não se adaptarem a uma hierarquia.

O último conjunto de competências analisado é o de Poder, composto por: persuasão e rede de contatos (PRC) e independência e autoconfiança (IAC).

Nesse terceiro conjunto nenhuma competência obteve grande destaque, as médias obtidas ficaram entre três e quatro. Essas pontuações indicam atitudes intermediárias que mostram a necessidade de construir uma boa rede de contatos, com independência e autoconfiança, mas também é necessário trabalhar em grupo e escutar diversas opiniões, e demonstra que os alunos respondentes valorizam a comunicação, reforçando novamente a ideia contrária a uma hierarquia, optando por ações de tratamento em igualdade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A geração Z possui uma ligação direta com o empreendedorismo, pois a evolução tecnológica acelerou seu desenvolvimento intelectual, o que resultou em uma incessante busca por desenvolvimento pessoal e profissional. Assim, os jovens dessa geração buscam cargos cada vez maiores em empresas ou ainda a criação de seus próprios negócios.

Além disso, as transformações causadas pelo advento da internet na vida humana resultaram em uma necessidade humana pela agilidade e rapidez em todos os âmbitos da vida, incluindo o profissional. Os jovens da geração Z buscam incessantemente pela agilidade e acesso ilimitado de informações, e isso reflete no trabalho por meio da preferência por trabalhos inovadores, menos hierarquizados, mais livres e com grande crescimento profissional e financeiro.

O empreendedorismo é o estudo voltado para a compreensão das competências e habilidades necessárias para a criação de novos projetos e negócios que envolvam assumir novos riscos e iniciativas.

Esse trabalho teve como um dos objetivos aplicar o estudo do empreendedorismo à geração Z, o que foi alcançado a partir da aplicação de questionário com 30 perguntas sobre as competências empreendedoras (COOLEY, 1990), onde os resultados apontaram a relevância de cinco das dez competências descritas. Esse resultado demonstra que a geração Z é tendenciosa ao empreendedorismo, a se arriscar no meio profissional, que possuem características inovadoras, são persistentes e comprometidos, buscam sempre por informações válidas de forma mais ágil possível. Todas essas características condizem com o perfil de um empreendedor de sucesso que sabe medir riscos, inovar e trabalhar em equipe, em igualdade e com rapidez.

O segundo objetivo desse trabalho era relacionar a função de uma universidade na formação dos jovens da geração Z e o espírito empreendedor. A partir do questionário de três perguntas, com foco na PUC-SP, aplicado aos alunos do curso de Administração, foi possível notar que a Universidade possui ações relevantes para auxiliar os jovens no empreendedorismo. As altas médias das respostas indicam que a instituição fornece os conhecimentos e ensinamentos básicos sobre empreender, além de professores e grade curricular com disciplinas que aguçam o espírito empreendedor.

Assim, a partir do referencial teórico e dos resultados do questionário conclui-se que existe na geração Z alta iniciativa de criação de empresas próprias, uma iniciativa de independência e ao mesmo de

comprometimento com trabalho em grupos, o que caracteriza os jovens dessa geração como pessoas que almejam um futuro econômico empreendedor de sucesso.

REFERÊNCIAS

- 4 EM CADA 10 brasileiros são empreendedores, diz pesquisa. **Revista pequenas empresas e grandes negócios (Online)**, São Paulo, 22 fev. 2016. Disponível em: <https://glo.bo/3hSHg4F>. Acesso em: 2 mar. 2020.
- ALVES, Lourdes. **Competências individuais em organizações do conhecimento**: um estudo nas instituições particulares e comunitárias de Santa Catarina. 2009. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em: <https://bit.ly/3iz7Lv5>. Acesso em: 29 maio 2021.
- ANDRADE, Sanete Irani; MENDES, Patrícia; CORREA, Dalila Alves; ZAINÉ, Mariselma Ferreira; TRIMER-DE-OLIVEIRA, Angela. Conflito de gerações no ambiente de trabalho em empresa pública. *In: IX SEGeT – Simpósio de excelência em gestão e tecnologia*, 9, 2012, Resende. **Anais [...]**. Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2012. Tema: Gestão, Inovação e Tecnologia para a Sustentabilidade, p. 1-11. Disponível em: <https://bit.ly/36P1kyA>. Acesso em: 9 ago. 2019.
- BARROS NETO, João Pinheiro de. Breve histórico do empreendedorismo. *In: BARROS NETO, João Pinheiro de (org.). Administração: fundamentos de administração empreendedora e competitiva*. São Paulo: Atlas, 2018. p. 157-174.
- BARROS NETO, João Pinheiro de. Liderança e empreendedorismo. *In: BARROS NETO, João Pinheiro de; SOUZA, Gerson de (org.). Manual do empreendedor: da Micro à Pequena Empresa*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012. p. 1-28.
- BECKER, Grace Vieira; LACOMBE, Beatriz Maria Braga. Gestão, inovação e competências: conciliando ideias no estudo dos empreendedores de incubadora de base tecnológica. *In: ANTONELLO, Claudia Simone; BOFF, Luiz Henrique; RUAS, Roberto Lima. Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências*. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 166-186.
- CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **RAUnP**, Natal, ano III, n. 2, p. 15-24, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3eKoRoS>. Acesso em: 21 jul. 2021.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- COOLEY, Lawrence. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00. Washington: USAID, 1990.
- COSTA, Débora Vargas Ferreira; COSTA, Marcos Paulo do Couto; LADEIRA, Lilian Bonsanto. O Conflito de Gerações e o Impacto no Ambiente de Trabalho. *In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão*, 9., 2013, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2013. p. 5-23. Disponível em: <https://bit.ly/3y0Csjl>. Acesso em: 29 maio 2021.
- CUNNINGHAM, J. Barton; LISCHERON, Joe. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, Washington, DC, v. 29, n. 1, p. 45-61, 1991. Disponível em: <https://bit.ly/36YJYiF>. Acesso em: 29 maio 2021.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócio, como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de**

sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Cengage, 2016.

FAGUNDES, Marina Miranda. **Competência Informacional e Geração Z**: um estudo de caso de duas 15 escolas de Porto Alegre. 2011. 105 f. Trabalho de Conclusão de curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2UDGfVf>. Acesso em: 21 jul. 2021.

FERREIRA, Emanuel Renato Andrade; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 3-32, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/2Tu6kWo>. Acesso em: 29 ago. 2020.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2., p. 6-28, 1999. Disponível em: <https://bit.ly/3iCUrpu>. Acesso em: 29 maio 2021.

FREIRE FILHO, João; LEMOS, João Francisco de. Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a “Geração digital” na mídia impressa brasileira. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, vol. 5 n. 13 p. 11-25, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/2UrHA1B>. Acesso em: 29 maio 2021.

LENZI, Fernando César. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina**: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas. 2008. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/3BqfLal>. Acesso em: 29 ago. 2020.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**: lançando e desenvolvendo iniciativa empreendedoras. São Paulo: Cengage, 2018.

MARTINS, Thiago Hamilton; FLINK, Richard. Competências para gerenciar diferentes gerações. *In*: Congresso Online de Administração, 10., 2013, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3hWka8H>. Acesso em: 29 maio 2021.

MENEZES, Bruna Flor Rimolo de; COSTA, Alessandra de Sá Mello da. Experiência de trabalho e formação empreendedora: Um estudo sobre a Empresa Junior PUC Rio. **Revista ADM. MADE**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 79-105, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3kIBNPE>. Acesso em: 29 maio 2021.

SEMLER, Ricardo. **Virando a própria mesa**. Rio de Janeiro: Best Seller, 1998.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvard University Press, 1949.

TANNUS, Júlio Cesar Gibrail. Planejamento de pesquisa. *In*: PERDIGÃO, Dulce Mantella; HERLINGER, Maximiliano; WHITE, Oriana Monarca. **Teoria e prática da pesquisa aplicada**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2015. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.v3i3.161>. Acesso em 29/05/2021.

ZARIFIAN, Philippe. **Objetivo competência:** por uma nova lógica. São Paulo: Atlas, 2001.