

**30 de setembro a 4 de outubro**  
Ponta Grossa - PR - Brasil

## **EMPREENDEDORISMO COMPORTAMENTAL NA GERAÇÃO Z: UM ESTUDO COM ESTUDANTES DE UMA ESCOLA PROFISSIONALIZANTE**

## **BEHAVIORAL ENTREPRENEURSHIP IN GENERATION Z: A STUDY WITH STUDENTS IN A PROFESSIONAL SCHOOL**

**ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO**

Henrique Pereira da Silva, Unicatólica de Quixadá, Brasil, E-mail: henriquesilva.adm@hotmail.com

Jorge Lucas Nogueira, Unicatólica de Quixadá, Brasil, Email: lucas.nogmengo@gmail.com

Valter de Souza Pinho, Unicatólica de Quixadá, Brasil, Email: valterspinho@unicatolicaquixada.edu.br

### **Resumo**

O presente trabalho tem como objetivo central investigar as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) mais evidentes nos estudantes do curso de Administração da escola profissionalizante de Senador Pompeu-CE. Para a melhor realização desta pesquisa, o estudo foi embasado nos estudos de Mcclelland, Dornelas, Lopes, dentre outros, tidos como suporte teórico para alicerce desta pesquisa prática. Por tais objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva e quantitativa considerando a abordagem do problema. Quanto aos resultados, conclui-se que as Características Comportamentais Empreendedoras do conjunto de realização que estão ligadas ao desafio pessoal e na competição em caráter de autoavaliação, destacam-se entre alguns dos estudantes. Quando essas características se relacionam ao gênero, evidencia-se que as mulheres, geralmente, expressam as maiores médias. Contudo, em análise final do grupo, a diferença da média do grupo entre os gêneros foi pouco expressiva.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Características Comportamentais Empreendedoras; Geração Z.

### **Abstract**

The main objective of this study is to investigate the most evident Entrepreneurial Behavioral Characteristics (EBC) in the students of the Administration course of Senator Pompeu-CE's vocational school. For the better performance of this research, the study was based on the studies of Mcclelland, Dornelas, Lopes, among others, considered as theoretical support for this practical research. For these purposes, the research is classified as descriptive and quantitative considering the approach of the problem. Regarding the results, it is concluded that the Entrepreneurial Behavioral Characteristics of the achievement set that are linked to the personal challenge and in the competition in a self-assessment character, stand out among some of the students. When these characteristics are related to gender, it is evident that women generally express the highest averages. However, in the final analysis of the group, the difference of the mean of the group of genera was not very expressive.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial Behavioral Characteristics; Generation Z.

## 1. INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, muito se tem discutido acerca das diversas questões que compreendem o fenômeno do empreendedorismo e seus impactos para a sociedade. O empreendedorismo se constitui como um dos fatores que impulsionam o desenvolvimento econômico, social e inovativo, a distribuição de renda e a geração de empregos, o que faz com que essa área se conceba como um campo fértil para a produção de conhecimento científico (Ulbricht et al., 2013).

Levantamentos quantitativos do empreendedorismo no Brasil apontam que jovens entre 25 e 34 anos demonstram-se mais ágeis na concepção de novos negócios, sendo que 30,5% dos brasileiros dessa faixa etária são proprietários e responsáveis por criar, administrar e consolidar diversos empreendimentos em estágio inicial. Os reflexos da atividade empreendedora é algo predominante entre os mais jovens, posto que 20,3% dos que tem entre 18 e 24 anos estão envolvidos com a criação de novos negócios (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2017).

Os jovens dessa faixa etária representam a “Geração Z”, que é o grupo social de indivíduos que nasceram a partir da metade da década de 90, e que cujo termino ainda não fora determinado (Bernardy, Silva, Amorim, Santos & Duarte, 2017). Essa geração emergiu a partir do processo de globalização e do desenvolvimento tecnológico que se desencadearam nas últimas décadas. Em vista disso, os sujeitos que nasceram nessa geração possuem características intrínsecas como a busca constante por inovação, a competitividade, a sustentabilidade e o potencial empreendedor. Essa geração é comumente chamada de nativos digitais, tendo em vista que dependem constantemente dos recursos tecnológicos para firmarem presença no contexto social (Schawbel, 2014).

Em virtude do exposto, este trabalho possui como objetivo identificar as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de ensino médio que cursam Administração em uma escola profissionalizante localizada na cidade de Senador Pompeu, no interior do Estado do Ceará. Para atingir o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes específicos: i) identificar o perfil socioeconômico dos estudantes de ensino médio profissionalizante; ii) verificar sua autoavaliação conforme o teste de perfil empreendedor.

A questão de pesquisa que embasou a problemática para o desenvolvimento do presente estudo girou em torno da necessidade de saber quais são as características do comportamento empreendedor que constituem o perfil dos alunos que cursam o ensino profissionalizante. Justifica-se a escolha pelas temáticas do empreendedorismo, aliado ao comportamento empreendedor da Geração Z justamente pela relevância que tais temas têm no meio acadêmico, além da possibilidade de analisar as características comportamentais e as aptidões empreendedoras de um geração até então emergente.

A metodologia utilizada consiste em uma pesquisa de campo que foi realizada na sede da respectiva instituição educacional, junto a uma amostra do tipo não-probabilística constituída por 110 alunos matriculados no curso técnico em Administração. A presente pesquisa é de natureza quantitativa, em função de seu instrumento dimensional (questionário), bem como pela forma com que os dados da pesquisa foram extraídos e posteriormente analisados.

À vista disso, este estudo está estruturado em cinco partes: a primeira é destinada à introdução, contendo a breve contextualização dos eixos teóricos centrais que subsidiaram este estudo, os objetivos, a problemática de pesquisa e a justificativa; a segunda que consiste na fundamentação teórica, a qual contempla as temáticas do Empreendedorismo, Comportamento Empreendedor e a Geração Z; a seção seguinte aborda os procedimentos metodológicos; em seguida apresenta-se os resultados analisados e por fim, é apontada as considerações finais do estudo.

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Empreendedorismo, Comportamento Empreendedor e a Geração Z

Nas definições iniciais do conceito de empreendedorismo, compreende-se que o mesmo é associado ao processo de criação de um negócio. Entretanto, a depender de vários aspectos, ter um negócio em si não constitui necessariamente uma premissa obrigatória para se delimitar alguém como um sujeito empreendedor sob o aspecto comportamental (Ferreira, 2015).

O termo empreendedorismo deriva etimologicamente da expressão *entrepreneur*, que surgiu na França em meados do século XVII com vistas a classificar determinadas pessoas que demonstravam diferenciais nas maneiras de agir e obter êxito no gerenciamento de seus respectivos negócios (Fay & Ruggiero, 2014).

Em meados do século XIX, a figura do empreendedor passou a ser vista como a de um sujeito que tinha as habilidades necessárias para mobilizar o capital econômico de um lugar com baixa produtividade para outro que lhe auferisse maior renda e possibilidades de ampliação do capital investido (Dagnino, 2014).

Um dos primeiros autores a tratar do empreendedorismo foi Schumpeter (1883-1950) ao compreender que o empreendedor é aquele sujeito criativo e inovador que altera a ordem econômica, fazendo com que ocorra a “destruição criativa”. Nesse sentido, a inovação e o desenvolvimento econômico são aspectos inerentes a figura dos empreendedores, os quais constituem papel fundamental no desenvolvimento econômico do *locus* em que estejam inseridos (André Neto et al., 2013).

O empreendedorismo é algo que tem sido bastante difundido no Brasil ao longo dos últimos anos, onde vem apresentando uma intensificação bastante notória desde o desfecho da década de 1990, se estendendo até as décadas seguintes (2000 e 2010) onde o tema se consolidou como um marco econômico importante para o desenvolvimento do país (Dornelas, 2012).

O empreendedorismo é fruto das grandes mudanças ocorridas na economia nas últimas décadas. A prova disso é o seu crescimento significativo, que faz com que o fenômeno do empreendedorismo assuma um papel extremamente relevante dentro do contexto econômico das sociedades contemporâneas (Hisrich, 2014). O fato é que o empreendedorismo tem recebido nos últimos anos uma atenção bastante especial tanto por parte do estado quanto da sociedade (Dornelas, 2012).

Com isso, o Brasil sempre foi um país que teve empreendedores. O que mudou significativamente nos últimos anos e fez com que houvesse um crescimento na criação de negócios foi justamente o estudo mais aprofundado desses fenômenos que emergiram a partir das necessidades de assumir riscos e investir em algo que gerasse ganhos como forma de sobrevivência (Lenzi, 2010).

De um modo geral, uma das principais características do empreendedorismo concerne a criação de novos negócios, empresas, ou quaisquer outros tipos de organizações que visem o escopo lucrativo (Baron & Shane, 2011). Em um passado não muito distante, as nomenclaturas empreendedorismo, empreendedor e educação empreendedora foram inseridos no âmbito da sociedade brasileira, que até certo tempo atrás eram conceitos que causavam estranheza e desconhecimento (Ferreira, 2015).

Todavia, a figura do empreendedor deixou de ser atrelada apenas as possibilidades de gerenciamento de negócios. Com a democratização do empreendedorismo ao longo dos anos, o empreendedor passou a ser aquele sujeito inovador, com potencial criativo, que sabe mediar as circunstâncias e tirar proveito delas da melhor maneira possível. A evolução do

empreendedorismo ramificou-se e se estendeu para diversas áreas do conhecimento e campos de atuação (social, profissional, comportamental, etc.) e uma das que mais vem se destacando são as discussões relacionadas ao comportamento empreendedor das pessoas nos mais diversos ambientes (McClelland, 1961).

Para McClelland (1961, p. 259) o sujeito empreendedor pode ser definido como sendo “aquele que tem o desejo de fazer algo melhor ou mais eficientemente do que já tenha feito anteriormente”. O autor buscou ao longo de seus estudos identificar e compreender as características do comportamento que compõem o perfil dos grandes empreendedores de sucesso (Sarkar, 2010). Em sua teoria das necessidades, McClelland (1961, p. 201) afirma que a motivação se constitui a partir de três necessidades imperantes, que são “a necessidade de realização, a necessidade de planejamento e a necessidade de poder”.

NECESSIDADE	DEFINIÇÃO
Realização	Enfoca a aceitação, a habilidade e a tendência para tomar iniciativas e a procurar e alcançar maior qualidade, produtividade, crescimento e lucratividade na atividade desenvolvida. Envolve também a tendência de se colocar em situações moderadamente desafiadoras, conforme cada contexto e empreendedor, e de agir com determinação e compromisso na busca de resultados esperados.
Planejamento	Envolve a tendência de agir com foco na busca de resultados claramente especificados, de pesquisar sobre a melhor forma de desenvolver uma determinada atividade e se colocar em processo contínuo de aprendizagem, e de agir de maneira orientada, ou seja, planejada na busca do que se pretende alcançar.
Poder	Envolve a tendência a confiar em si e no próprio potencial para realizar atividades diversas e superar desafios, bem como a disposição a estabelecer e manter contato com pessoas que representam contatos chave para seus objetivos. Envolve ainda a habilidade de influenciar e persuadir pessoas a partir do consciente estabelecimento de estratégias para esse fim.

Tabela 1 – Teoria das Necessidades de McClelland (1961)

A realização abrange tudo o que se refere à questão de iniciativas, seguidas dos resultados positivos alcançados por elas, como por exemplo, produtividade, crescimento e lucratividade na atividade planejada e exercida. Além de instigar o empreendedor a colocar-se em situações que exijam determinação e compromisso a fim de atingir seu foco. Na necessidade de realização, o indivíduo busca antepor-se aos fatos criando novas oportunidades de negócio, enfrentando os mais diversos obstáculos, até mesmo sacrifícios pessoais inclinando e dispondo-se sempre às necessidades do seu projeto, responsabilizando-se pelos resultados, assumindo e respondendo-os, expondo então, a coragem do empreendedor de desafiar o desconhecido.

O planejamento envolve os passos pelo quais se deve passar para formular uma referida atividade focada em um determinado ponto e chegar aos resultados pretendidos por este, até mesmo expor-se a situações de riscos para a partir disso controlar e reduzi-los, para tanto, se faz necessário a realização de pesquisas especificando a evolução do processo, de forma orientada. Ou seja, o planejamento estabelece metas, busca informações, planeja e monitora de forma global, assumindo desafios enquanto objetivos, atualizando as informações necessárias e ainda, organização, no que se refere à tarefas, prazos e resultados excedendo padrões qualitativos previamente combinados e satisfatórios, diminuindo o tempo e reduzindo os custos.

O poder centra-se na autoconfiança do indivíduo, garantindo a realização de atividades diversas, estabelecendo contatos de liderança relevantes para obter os resultados planejados, bem como a habilidade de persuasão e influência exercida pelo mesmo aplicando estratégias de forma consciente para determinado propósito. E todos esses pontos formam e dão consistência ao que chamamos de características do comportamento empreendedor, que relaciona conceito de empreendedorismo à necessidade de obter sucesso, reconhecimento, poder e controle.

A identificação de um sujeito empreendedor provém da teoria das necessidades, sobretudo da necessidade de realização que o estimula a assumir determinados riscos em prol de algum objetivo, fazendo desta a principal característica que diferencia os empreendedores dos demais sujeitos (McClelland, 1961). A partir dos estudos desenvolvidos por McClelland, expandiram-se uma série de contribuições teóricas que buscavam evidenciar as características da personalidade dos indivíduos empreendedores, assim como outros fenômenos relacionados às suas motivações para empreender, seu processo decisório, estratégias, particularidades, dificuldades financeiras, questões macrossociais, entre outras (Brancher et al., 2012). Foram os seus estudos que impulsionaram a evolução de pesquisas relacionadas à identificação das principais características comportamentais presente nos empreendedores de maior sucesso no mundo (Lenzi et al., 2010).

Com base nas diversas pesquisas comportamentais realizadas em vários países por McClelland (1961) e outros autores, identificou-se desde então uma série de aspectos comportamentais comuns aos sujeitos que obtinham grande êxito e sucesso no desempenho de suas atividades empreendedoras, que possibilitou a identificação de um padrão de comportamento entre os empreendedores pesquisados (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2013). Os resultados desses estudos indicaram a construção de um conjunto de características que foram denominadas de Características do Comportamento Empreendedor [CCEs], o que resultou em uma listagem de dez características comportamentais subdivididas em três grupos de competências (Sebrae, 2013) que podem ser observadas conforme representação a seguir:

<b>GRUPO DE COMPETÊNCIAS</b>	<b>CCE</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Características do Grupo de Realização	Busca da oportunidades e iniciativa	Capacidade de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócio
	Persistência	Habilidade de enfrentar os obstáculos para alcançar o sucesso
	Comprometimento	Sacrifício pessoal para a realização de algo
	Exigência de qualidade e eficiência	Disposição e inclinação para fazer sempre mais e melhor
	Correr riscos calculados	Disposição de assumir desafios e responder por eles
Características do Grupo de Planejamento	Estabelecimento de metas	Assumir metas e estabelecer objetivos que consistam em desafios
	Busca de informação	Atualização constante de dados e informações
	Planejamento e monitoramento sistemático	Organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, objetivando resultados mensuráveis
Características do Grupo de Poder	Persuasão e rede de contatos	Envolve a capacidade estratégica para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas chave que possam ajudar a atingir os seus objetivos
	Independência e Autoconfiança	Autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso

Tabela 2 – Características do Comportamento Empreendedor

De acordo com a Tabela 2, as CCEs mais comuns entre os grandes empreendedores de sucesso identificadas no estudo do autor são: a busca de informações, busca de oportunidades e iniciativa, comprometimento, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, estabelecimento de metas, independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos, planejamento e monitoramento sistemático e persistência.

De uma forma geral, o modelo de competências é identificado a partir das características comportamentais que regem a personalidade do indivíduo, o que está intimamente relacionado as suas ações, o que faz com que o sujeito detentor de tais características pense de uma forma diferente (Dornelas, 2012). A conscientização e o desenvolvimento das características empreendedoras impulsionam o sujeito a buscar por novas oportunidades e conseqüentemente pela criação de algo novo, algo que lhe traga benefícios e que seja favorável, independentemente de qual seja o seu ramo de atuação (Julien, 2010).

O empreendedorismo não está mais ligado unicamente ao conceito de criação e/ou gerenciamento de organizações. Sob o prisma comportamental, a temática do empreendedorismo passou a assumir um papel fundamental na vida dos indivíduos, pois a capacidade de criar/aproveitar oportunidades, inovar e ser criativo em todas as esferas da vida é algo bastante pessoal, ou seja, que provém do próprio indivíduo (Schawbel, 2014).

A Geração Z, popularmente conhecida como a geração que nasceu com a internet, detém como características fundamentais a facilidade de acesso a informação, além de apresentarem bastante autonomia nos processos de gestão da aprendizagem. Inevitavelmente, os sujeitos dessa geração almejam a independência financeira, além de serem autenticamente criativos, em função de estarem inseridos em um aspecto social que é subsidiado pelo desenvolvimento tecnológico (Telles Junior, 2018).

Todos esses aspectos se constituem como mecanismos que podem conduzir o indivíduo nativo da Geração Z a um eventual futuro empreendedor, tanto no aspecto econômico quanto comportamental (Lopes, 2017). Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que a Geração Z, nascida no século XXI, já representa cerca de 32% da população mundial. A ONU utiliza como parâmetro de divisão geracional o início da década de 2000/2001 (Agência O Globo, 2018).

A Geração Z se destaca pelas grandes mudanças dos padrões de comportamento, tanto em termos culturais quanto sociais. Algumas correntes de pensamento sociológico afirmam que essa geração nasceu no ano de 1995, enquanto outros determinam que a mesma se desencadearia a partir de 1998 e vigorara até o presente. Mesmo com a divergência que concerne ao período exato de iniciação geracional, há um fato acerca da Geração Z que é unânime em todos os pesquisadores: os membros da Geração Z constituem a nova geração digital (Mendes, 2012).

Além disso, essa geração é testemunha de mudanças significativas nos paradigmas sociais e econômicos que transpuseram a cultura midiática. Por ser bastante familiarizada com recursos digitais como *Smartphones (Iphones, IPads)*, tablets, computadores, as redes sociais e a portabilidade tecnológica como um todo, essa geração está imersa em um novo modelo de vida, que detém um universo multidigital, onde os livros, os hábitos cotidianos, os relacionamentos interpressociais, entre outros aspectos, são constantemente mediados pela tecnologia (Cortella, 2014).

Essa geração se pauta pela vontade de aprender a descobrir coisas novas de forma constante, pois muitos começam a se relacionar com a tecnologia quando ainda eram crianças. Ou seja, a busca por respostas sempre ocorreu de forma imediata, pois a internet veio com a possibilidade de aproximar cada vez mais a solução para todo e qualquer tipo de problema (Grubb, 2018).

Essa geração compreende os processos de simplificação e proatividade como algo imperativo. Geralmente são jovens com o pé no chão, ou seja, bastante realistas acerca das circunstâncias em que vivem, mas que ao mesmo tempo buscam constantemente a independência financeira, o êxito pessoal e/ou emocional, além de possuírem um pensamento lógico, serem autodidatas e bastante responsáveis. No campo de atuação profissional, os jovens dessa geração acreditam

na possibilidade de exercerem tarefas multivariadas, pois eles não se apegam a ideia de exercer apenas uma única atividade por toda a sua vida (Pedro, 2018).

AUTORES	CARACTERÍSTICAS
Veja (2001)	Ansiosos e imediatistas, afetividade com a tecnologia, focados em resultados, não enxergam fronteiras – são globais e exercem multitarefas.
Isto É (2001); Exame (2006); TIBA (2009)	Multitarefas, pensamento complexo – seguem outra lógica de pensamento.
Mitra (2010)	Pensamento complexo, multitarefas e aprendizado dinâmico e situacional. Autoaprendizado.
McCindle (2011)	Artistas, criativos, relacionais e tecnológicos. Guiados por <i>Irole models</i> (ídolos, pessoas de referência).
Silva & Rodrigues (2013)	Interação tecnológica. Mundo particular. Carência dos benefícios decorrentes das relações interpessoais.
Maurer (2013)	Ansiedade e Imediatismo.
Bernardy et al. (2017)	Responsabilidade social, preocupação com o meio ambiente. Interação simultânea.

Tabela 3 – Resumo das características da Geração Z

Como principais características da Geração Z, observa-se: a ansia em desempenhar funções multivariadas, a responsabilidade social e o desenvolvimento, a autonomia, relações sociais mediadas por recursos tecnológicos, imposicionismo de opiniões e inovação tecnológica (Palfrey & Gasser, 2011). Contudo, é importante salientar que muitas das inovações provenientes do avanço tecnológico contemporâneo não estão direramente disponíveis a toda a essa geração, pois o processo de consumo e aquisição de bens tecnológicos está diretamente relacionado ao aspecto socioeconômico, algo que influencia significativamente na utilização desses recursos (Bernardy et al., 2017).

## 2.2 METODOLOGIA

Esta seção cita os métodos e as técnicas que foram utilizadas para a realização da pesquisa cerne do presente estudo. O estudo caracterizou-se pela natureza descritiva em função do seu objetivo, pois consistiu em identificar quais as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de uma escola de ensino médio profissionalizante, observando ainda os seus posicionamentos em relação à temática abordada, bem como seus conceitos pré-moldados em relação ao mundo empreendedor.

A pesquisa é de natureza quantitativa, sendo constatada tanto através do instrumento dimensional da pesquisa quanto às observações dos dados extraídos através dos questionários, onde se visou identificar as principais características do grupo pesquisado, bem como suas opiniões voltadas para o âmbito do empreendedor. A amostra é do tipo não-probabilística, transcendendo-se assim para um projeto subjetivo sem a intenção de gerar uma amostragem estatisticamente representativa. A escolha se deu pelo critério de acessibilidade e a pesquisa foi aplicada durante o mês de abril do ano de 2019.

O instrumento para a realização deste foi um questionário impresso, baseado no modelo teórico de Dornelas (2009) e McClelland (1961) que fora aplicado à 110 alunos do curso técnico de Administração de uma escola de ensino médio profissionalizante, dentre os quais destacam-se 71 alunos do primeiro ano, 11 do segundo ano e 28 alunos do terceiro ano.

Estruturalmente falando, o objetivo de trabalho foi dividido em duas partes, primeiramente está voltado para a opção de múltipla escolha que permite identificar as especificações do grupo pesquisado. Essas perguntas nos possibilitaram identificar características sociais como sexo, idade, titulação acadêmica, entre outros aspectos vinculantes. Além destas, a segunda parte ainda contemplou cinco afirmativas a fim de identificar se os estudantes possuem alguma afinidade com o empreendedorismo.

A segunda parte trata-se de um questionário comportamental que visa analisar o grau de concordância e discordância indireta dos correspondentes. Considerando para as perguntas as seguintes opções de resposta: (1. Insuficiente); (2. Fraco); (3. Regular); (4. Bom) e (5. Excelente). Após o preenchimento e análise de todas as características, é possível atribuir uma pontuação com o somatório das questões elencadas, estabelecendo assim uma pontuação mínima e máxima para as categorias de análise. Os dados obtidos por meio da pesquisa de campo foram tabulados através do programa *Microsoft Excel*, onde se utilizou a análise de frequência versada com a estatística descritiva.

### **2.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Após a aplicação do questionário, a apreciação dos dados foi dividida em duas partes, sendo a primeira denotar o perfil socioeconômico dos respondentes e a segunda identificar o perfil empreendedor mediante aplicação de questionário semiestruturado constituído por 30 perguntas fechadas.

Indo de encontro ao objetivo específico I, identificar o perfil socioeconômico dos estudantes da escola profissional de Senador Pompeu, o presente estudo, inicialmente, dividia-se em três vertentes: gênero, idade e estado civil. Com relação ao gênero denota-se que 37% da amostra é do sexo masculino e 63% do sexo feminino. Ainda assim, todos os respondentes (100%) possuem idades de até 20 anos, sendo destes 95% solteiros e 5% possuem união estável. Todavia, foram contestadas mais cinco perguntas com relação ao perfil dos entrevistados, onde pode-se identificar alguma afinidade dos respondentes com o empreendedorismo, sendo por meio dos pais ou por interesse próprio.

Os mesmos foram contestados se já participaram de algum curso voltado para a formação empreendedora, assim, denota-se que 72% já participaram e 28% não participaram. Outra questão abordada foi se os respondentes já exerceram ou exercem atividade empresarial, onde 76% destes nunca exerceram e 24% exerceram. Com isso, McClelland (1987, p. 32) complementa que não há maneira melhor de qualificar “a base para o rápido crescimento econômico do que incrementar dramaticamente o número de empreendedores ativos na sociedade”.

Silva, Araújo, Mendes & Pinho (2018) ressaltam que empreender vem de herança herdada por familiares, mas é possível que pessoas busquem informações que os ajudem os empreender. Desse modo, ratifica-se que a maioria com 57% não possui vínculo direto com o empreendedorismo, sendo este por meio dos pais que são ou já foram donos do próprio negócio. Apesar disso, 65% dos respondentes se consideram um empreendedor e 81% pretendem abrir o próprio negócio.

Na segunda parte do trabalho, foram abordadas questões pertinentes ao teste de perfil empreendedor de acordo com Dornelas (2009). Tais questões permitiram que os respondentes classificassem suas respostas de acordo com uma ordem de classificação. Cada característica expressada pelo autor propõe três afirmações, que a partir daí irá dizer se o entrevistado possui essa característica ou não.

A primeira característica é a busca por oportunidade e iniciativa (CCE 1), onde é questionado se os respondentes agem com proatividade, se buscam expandir suas ideias e se aproveitam oportunidades incomuns para ampliar suas ideias. A maioria marca as categorias 4 e 5, onde expressam maior concordância com as afirmativas.

Perguntando aos respondentes se eles desistem diante dos obstáculos (CCE 2), mais de 50% marcam os itens 1 e 2, destacando baixa concordância com essa afirmação. Ainda assim, 75% (82 respondentes) afirmaram que os mesmos reavaliam e insistem em seus planos quando precisam superar os objetivos.

Outro ponto destacado foi a característica “correr riscos calculados” (CCE 3), onde por meio das afirmativas respondidas é possível ver que os respondentes possuem essa característica, pois avaliam positivamente que além de procurar e avaliar alternativas para tomar decisões, eles também buscam reduzir as chances de erro e aceitam desafios moderados, com boas chances de sucesso.

No quarto item foram analisados tópicos relacionados a exigência de qualidade e eficiência (CCE 4), sendo respondidas da seguinte forma, a maioria (80%) dos entrevistados afirmaram que são bons quando o assunto é buscar melhorias contínuas no âmbito profissional; quando o assunto é satisfazer e exceder as expectativas projetadas no ambiente de trabalho, (70%) responderam que são bons; quando o assunto é criar procedimentos para cumprir prazos padrões de qualidade, a maioria (74%) também se auto avaliam bons e excelentes.

O quinto tópico aborda assuntos sobre comprometimento (CCE 5), o primeiro item procura identificar se os respondentes trazem para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso, grande parte (73%) assumiram que são bons, mais uma afirmativa sobre o assunto comprometimento, “atua em conjunto com a sua equipe para atingir resultados”, foi possível identificar que 79% responderam que são bons, com relação a colocar o relacionamento com os demais acima das necessidades foi identificado que 6% se auto avaliam insuficientes, 16% fracos, com a maioria dos respondentes (31%) afirmando que são regulares, 30% bons e apenas 14% excelentes.

No sexto tópico (CCE 6) são questionadas três características, sendo a primeira identificar se os alunos se envolvem pessoalmente na avaliação de seus projetos, tendo a maioria (59%) respondendo que são bons e excelentes. A segunda característica é identificar se os alunos buscam melhorar suas práticas profissionais através de capacitações, 74% responderam que são bons. Por fim, a última afirmativa é observar se o aluno busca a orientação de especialistas para tomar decisões, onde 74% pedem orientações de especialistas.

No sétimo tema busca-se identificar características sobre estabelecimentos de metas (CCE 7), tendo como a primeira afirmativa “persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo”, somando entre bons e excelentes obteve a maioria das respostas com 73%. Quando o assunto é ter clara visão de longo prazo, apenas 1% respondeu que é insuficiente, 4% fraco, com a maioria respondida 36% são regulares, 33% bons e 23 % excelentes, a terceira característica busca saber se os alunos buscam criar objetivos mensuráveis com indicadores de resultados, com 37% responderam que são regulares, com a mesma porcentagem responderam que são bons, 19% afirmam que são excelentes, com 3% são ruins, com apenas 1% é insuficiente e 3 % deixaram o questionário em branco.

Planejamento e monitoramento sistemático (CCE 8) foi o oitavo assunto tratado, sua primeira característica busca identificar se os alunos enfrentam grandes desafios, agindo por etapas, 1% respondeu que é insuficiente, 4 % responderam que são fracos, 30% responderam que são regulares, com a maioria (39%) destacando-se como bons e 26 % excelentes. Na segunda afirmação, busca-se identificar se os alunos adequam rapidamente seus planos às mudanças e variáveis em seu ambiente de trabalho, 22% responderam que são excelentes e a maior parte dos alunos apresentam-se bons (45%), 29% sendo regulares, restando 3% que afirmam fracos e um aluno (1%) assumiu que é insuficiente com relação a característica.

Ainda na perspectiva da CCE 8, questiona-se se os alunos acompanham os indicativos externos e os levam em consideração no momento da tomada de decisão, no qual, o resultado fica empatados com 32% destacando-se excelentes, bons e regulares, 3% que responderam ser fracos e apenas 1% se identifica como insuficiente. O nono assunto aborda características sobre persuasão e rede de contatos (CCE 9), tendo como primeira afirmativa “criar estratégias para conseguir apoio para seus projetos”, foi respondido da seguinte forma, 2% afirmaram que são insuficientes, 3% dizem serem fracos, 21% se identificam como regulares, 40% sendo a maioria

dos respondentes que afirmam serem bons, 33% se reconheceram como excelentes e 1% não respondeu. Obter apoio de pessoas chave para seus objetivos foi a segunda afirmativa da CCE 9, onde empatados com 2% responderam insuficientes e fracos, 22% responderam que são regulares, a maioria com 41% disse que são bons, 32% dos alunos dizem ser excelentes e 1% deixou a questão em branco. Com relação a desenvolver redes de contatos e construir bons relacionamentos no âmbito profissional, sendo esta a terceira afirmativa, foi descoberto o seguinte resultado, 3% afirmam ser insuficientes, 6% concordam que são fracos, 16% dizem ser regulares, 35% bons e 40% se identificam como excelentes.

O décimo e último assunto aborda características sobre independência e autoconfiança (CCE 10), a primeira é identificar se os alunos buscam autonomia em relação a normas e controles de outros, onde 1% assumiu ser insuficiente, 3% afirmaram ser fracos, 29% regulares, 43% bons, 23% excelentes e 1% não respondeu. Em seguida, questionou-se se os mesmos mantem seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores, 3% informaram que são insuficientes, 9% fracos, 18% regulares 45 % bons e 25% se identificaram como excelentes. A terceira afirmativa busca saber dos respondentes se eles expressam confiança na sua própria capacidade de completar tarefa difícil ou de enfrentar um desafio, 2% responderam que são insuficientes, 4% concordaram ser fracos, 18% regulares, 37% bons e 39% afirmaram serem excelentes.

Consecutivamente, analisando o desempenho dos respondentes, com o resultado das questões aplicadas individualmente, foi possível classificar em quatro categorias para avaliação dos resultados. 120 a 150 pontos são alunos comuns empreendedores; 90 a 119 pontos são alunos caracterizados empreendedores, mas que precisam equilibrar seus pontos fracos e fortes buscando melhorias. A pontuação que se enquadram 60 a 89 pontos são pessoas que não são tão bons quando assunto é empreender, e que se comportam na maior parte como um “Fazedor” (DORNELAS, 2009). E por último com a pontuação abaixo de 59 pontos estão as pessoas que não detém nenhuma característica comportamental empreendedora diante do estudo apresentado.

Por fim, temos resultados relevantes da pesquisa. Na opção que os identifica como depositários das características do comportamento empreendedor, 46 alunos (42%) obtiveram características e pontuação máxima onde se enquadram os comuns empreendedores (Escala 120-150). Em seguida foram identificados 59 alunos (53%) que apresentam uma pontuação que corresponde a empreendedor (Escala 90-119), 4 alunos (4%) não são empreendedores e precisam melhorar (Escala 60-89) e por último apenas 1 aluno (1%) entrevistado não possui nenhuma característica empreendedora (<59).

Corroborando com os resultados postos, Lopes (2010) aborda que um empreendedor não deve isolar-se mantendo uma única visão. Este deve abranger-se e comunicar-se dentro do contexto a qual está inserido. Com o mesmo seguimento, o espírito empreendedor, para Dolabela (2003), é o que proporciona o diferencial a cada indivíduo, estabelecendo condições necessárias para produzir os efeitos desejados.

## CONCLUSÃO

Com base na pesquisa e nos resultados encontrados, é possível abordar algumas considerações com relação ao comportamento empreendedor sob a perspectiva dos alunos de ensino médio profissionalizante. Para tanto, o objetivo geral desse estudo foi identificar as características do comportamento empreendedor presentes nos estudantes de ensino médio profissionalizante do curso de administração da cidade de Senador Pompeu/CE.

De acordo com o objetivo específico I, foi possível identificar o perfil socioeconômico dos respondentes, sendo que a maioria é do sexo feminino e todos os respondentes com idades abaixo de 20 anos, ou seja, membros que constituem a Geração Z. Foi possível destacar também

que a maior parte dos respondentes já participou de cursos voltados para a formação empreendedora e consequentemente adquiriram conhecimento voltado para o empreendedorismo, no qual se destaca também que a maioria dos alunos pretende abrir o seu próprio negócio.

Com relação às características comportamentais empreendedoras elencadas no objetivo específico II, destaca-se que a maioria dos alunos possuem características empreendedoras, podendo no futuro torna-se empreendedores de sucesso, ou até mesmo aplicar essas características em outras esferas de atuação profissional.

Por fim, foi decidido abordar a temática sob a visão de estudantes do ensino médio profissionalizante, onde destaca-se também a resistência dos alunos que responderam um questionário longo e cheio de informações para a finalidade do trabalho, o que a princípio demonstrou-se como algo bastante desafiador para o pesquisador.

Desse modo, considera-se o fato de implementar uma pesquisa comportamental um tanto quanto longa para um público jovem algo bastante desafiador, e até em alguns pontos limitante. Acredita-se que o fato de alguns jovens se distraírem constantemente com fenômenos externos seja um parâmetro que inevitavelmente acaba dando margem para a inviabilização ou um eventual comprometimento das respostas que foram abordadas ao longo da pesquisa de campo.

Todavia, os resultados da pesquisa obtiveram êxito quanto a escolha deste tema para o estudo das características empreendedoras encontradas nos alunos e contribui com informações relevantes para a escola pesquisada, que poderá utilizá-las para desenvolver atividades específicas no tocante ao comportamento empreendedor dos alunos do curso de administração.

Acredita-se que a implementação de pesquisas que abordam a temática empreendedora com os jovens seja algo importante no campo da pesquisa científica, pois os resultados obtidos podem criar subsídios teóricos implementáveis na prática, com vistas a despertar nos jovens a possibilidade de empreender, além da conscientização de que é possível tornar-se uma pessoa empreendedora a partir do desenvolvimento e aperfeiçoamento das características comportamentais.

Por fim, sugere-se a aplicação da pesquisa em cursos de ensino superior da área da saúde, que podem ou não aliar a temática do empreendedorismo com a carreira profissional, especificamente os cursos de Medicina, Farmácia, Odontologia, Fisioterapia, entre outros que formam profissionais que venham a tornar-se empreendedores.

## REFERÊNCIAS

- Agência O Globo. (2018). *Geração Z será a maior em 2019*. Rio de Janeiro, RJ: Globo. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2018/08/geracao-z-sera-maioria-em-2019.html>
- André Neto, A., et al. (2013). *Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios*. Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV.
- Baron, R. A., Shane, S. A. (2011). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo, SP: Cengage Learning.
- Bernardy, T. A. S., Silva, E., Amorim, W. L., Santos, A. M., & Duarte, T. A. (2017). *Gerações, perfil de carreira profissional e o programa de desenvolvimento industrial catarinense - PDIC 2022/FIESC: Resultados esperados pelas indústrias do município de Caçador/RS*. Erechim, RS: Editora Deviant.
- Brancher, I. B., et al. (2012). Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 7(1), pp. 166-169, jan/jun.
- Cortella, M. S. (2014). *Educação, escola e docência: novos tempos, novas atitudes*. São Paulo, SP: Cortez.

- Dagnino, R. (2014). *Tecnologia social: contribuições conceituais e metodológicas*. Campina Grande, PB: EDUEPB.
- Dolabela, F. O. (2003). *Pedagogia empreendedora*. São Paulo, SP: Editora de Cultura.
- Dornelas, J. C. A. (2009). *Empreendedorismo corporativo*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Dornelas, J. C. A. (2012). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Fay, C. M., Ruggiero, A. (2014). *Imigrantes empreendedores na história do Brasil: estudos de casos*. Porto Alegre: RS, EDIPUCRS.
- Ferreira, P. J. S. (2015). *Empreendedorismo: uma análise sintética*. Faro: PT, Editora Silabas e Desafios.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017*. Curitiba, PR: IBQP, Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf) (29 de maio de 2019).
- Grubb, V. M. (2018). *Conflito de gerações: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho*. São Paulo, SP: Autêntica Business.
- Hisrich, R. D., et al. (2014). *Empreendedorismo*. Porto Alegre, RS: AMGH Editora.
- Julien, P. A. (2010). *Empreendedorismo regional e economia do conhecimento*. São Paulo, SP: Saraiva.
- Lenzi, F. C. (2010). *Ação empreendedora: como desenvolver e administrar o seu negócio com excelência*. São Paulo, SP: Editora Gente.
- Lopes, R. M. A. (2010). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Lopes, R. M. A. (2017). *Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas*. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-233.
- Mendes, G. (2012). *Geração Net: relacionamento, espiritualidade, vida profissional*. São Paulo, SP: Paulinas.
- Palfrey, J., Gasser, U. (2011). *Nasvidos na era digital: entendendo a primeira geração dos nativos digitais*. Porto Alegre, RS: Artmed.
- Pedro, K. M. (2018). *Precariedade, superdotação e tecnologias digitais: uma análise comparativa de desempenhos*. Curitiba, PR: Appris.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa, PT: Escolar Editora.
- Schawbel, D. (2014). *Promova-se: as novas regras para uma carreira de sucesso*. São Paulo, SP: Cultrix.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2013). *Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec*. Brasília, BR: Sebrae Nacional.
- Silva, H.P., Araújo, F. D. S., Mendes, D. P., Pinho, V. S. (2018). A identificação das características do perfil empreendedor dos discentes do curso de administração de uma instituição de Ensino superior a partir de sua auto avaliação. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*. (3) edição especial, pp. 89-108.
- Telles Junior, H. O. (2018). *Olhares acadêmicos sobre a educação*. Porto Alegre, RS: Plus/Simplíssimo.

Ulbricht, V. R., et al. (2013). *Contribuições da criatividade em diferentes áreas do conhecimento*. São Paulo, SP: Pimenta Cultural.