

EMPREENDEDORISMO E O CONFLITO GERACIONAL: ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS

Gabriel Vieira Lopes¹
Gustavo Cardoso Barros²
Priscila Martins³
Matheus Lira Nogueira⁴

RESUMO

O objetivo do artigo é verificar qual o perfil empreendedor mais se destaca em relação aos cursos e às gerações. O empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento econômico do Brasil, impulsionado por mudanças tecnológicas e sociais. O ensino superior e as gerações Millennials e Z desempenham papel crucial na formação de empreendedores inovadores e adaptados ao mercado dinâmico. O conflito geracional desafia a integração de perspectivas tradicionais e modernas no ambiente de negócios. A pesquisa tem natureza quantitativa, foi desenvolvida por meio de um questionário *online* com os alunos de ensino superior, contando com uma amostra de 403 estudantes. O estudo revela que a Geração Z, de fato, apresenta maiores índices de empreendedorismo e que isso influencia positivamente e significativamente o perfil empreendedor e duas de suas características principais: a de autorrealizador e sociável, destacando-se a importância da adaptação curricular para atender às novas demandas do mercado de trabalho, especialmente em tempos de mudanças rápidas e inovação constante. Gênero e trabalho influenciam esse perfil, enquanto o local de residência não é significativo. Conclui-se que a baixa variância explicada sugere que fatores emocionais e comportamentais também influenciam o empreendedorismo.

Palavras-chave: Perfil; Gerações; Ensino Superior.

ABSTRACT

The aim of this article is to identify which entrepreneurial profile stands out most in relation to academic programs and generational cohorts. Entrepreneurship is fundamental to Brazil's economic development, driven by technological and social changes. Higher education and the Millennial and Generation Z cohorts play a crucial role in shaping innovative entrepreneurs adapted to a dynamic market. Generational conflict challenges the integration of traditional and modern perspectives within the business environment. This quantitative research was conducted through an online questionnaire with higher education students, comprising a sample of 403 participants. The study reveals that Generation Z indeed exhibits higher levels of entrepreneurship, significantly and positively influencing the entrepreneurial profile—particularly in the dimensions of self-realization and sociability—emphasizing the importance of curricular adaptation to meet new labor market demands, especially in times of rapid change and constant innovation. Gender and employment status influence this profile, while place of residence is not significant. It is concluded that the low explained variance suggests that emotional and behavioral factors also play a role in shaping entrepreneurship.

Keywords: Profile; Generations; Higher Education.

¹ Graduado, Ciências Contábeis . Email : gvieiralopes7@gmail.com

² Graduado, Ciências Contábeis. Email : gustavocardosobarros11@gmail.com

³ Graduada, Ciências Contábeis . Email : prii.martins4@gmail.com

⁴ Professor mestre em Ciências Contábeis. Email : Lirmatheus@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um dos principais agentes de desenvolvimento econômico do Brasil, sobretudo em tempos recentes, devido às rápidas alterações sociais e mudanças tecnológicas (Dornelas, 2016). Segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2023, a taxa de empreendedores estabelecidos cresceu pelo terceiro ano consecutivo e o país subiu duas posições no Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI), o que denota melhora no ambiente econômico.

Rojas *et al.* (2021) apontam que o empreendedorismo está sofrendo modificações devido à influência das novas gerações. Segundo Silva, Pinto e Nunes (2021), as gerações são classificadas da seguinte forma: *Baby Boomers* (1946 a 1964), Geração X (1965 a 1979), *Millennials* ou Geração Y (1980 a 1999) e Geração Z (2000 a 2016).

Essas gerações apresentam diferentes atitudes perante a vida e o trabalho (Veloso, Dutra e Nakata, 2016). Neves (2024) acredita que profissionais experientes devem desenvolver competências que os ajudem a se comunicar e colaborar de forma eficaz com as novas gerações, promovendo assim um ambiente social de aprendizagem. Esta situação torna necessário que pensemos de forma aberta e flexível para que todos possam contribuir para a construção de um futuro sustentável.

As gerações Y e Z estão mais adaptadas ao mercado dinâmico e contemporâneo, ou seja, acompanham as mudanças rápidas de tecnologia e inovação sendo fundamental para formar novos negócios (Schwartz, 2017). Alves *et al.* (2021) destacam que essas mudanças impactam as áreas de atuação, e também a maneira como os jovens profissionais se relacionam com o trabalho, eles buscam experiências que proporcionem um propósito maior e um impacto positivo na sociedade.

De acordo com Canever *et al.* (2013), os alunos universitários tendem a arriscar e inovar mais, ao contrário de sua geração anterior que priorizava segurança e estabilidade. Esta tendência está alinhada aos dados do GEM (2023), que destacam o papel crescente do ensino superior no estímulo ao

empreendedorismo. Dornelas (2016) aponta que o crescimento do empreendedorismo no Brasil está intimamente relacionado à formação acadêmica oferecida nos cursos superiores, os quais exercem uma função essencial na capacitação e incentivo à inovação. Os programas educacionais ajudam a moldar um perfil empreendedor nas gerações mais jovens, especialmente *Millennials* e Geração Z, que, por sua vez, trazem novas perspectivas ao mercado.

O cenário atual acentua o conflito geracional, uma vez que os profissionais mais experientes, como *Baby Boomers* e Geração X, valorizam abordagens mais tradicionais e seguras; as novas gerações tendem a assumir maiores riscos, buscar inovação e adaptar-se mais rapidamente às mudanças tecnológicas (Twenge, 2006). Este contraste evidencia como diferentes perspectivas geracionais influenciam a dinâmica organizacional, com desafios e oportunidades para integrar inovação e experiência.

O ambiente universitário, por meio de cursos voltados ao empreendedorismo, administração e tecnologia, promove uma mentalidade criativa e desafiadora, capacitando jovens a liderarem projetos e empresas com maior agilidade e flexibilidade (Carmo *et al.*, 2021). Isso reflete não apenas o impacto da educação formal no desenvolvimento do empreendedorismo, mas também a crescente necessidade de adaptação das gerações mais antigas a um mercado de trabalho que valoriza cada vez mais a inovação e a disrupção.

Desta forma, a questão-problema abordada neste artigo é: Qual a relação entre os cursos superiores, as gerações e o perfil empreendedor? O objetivo geral é verificar a relação do perfil empreendedor, as gerações e aos cursos na área de Gestão (administração e contabilidade), de Direito e na área da Saúde (Nutrição, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Odontologia e Psicologia). Os objetivos específicos são: (i) verificar a influência dos cursos, geração, gênero e atuação no mercado de trabalho no perfil empreendedor; e (ii) verificar a empregabilidade dos cursos na área de formação.

Esta pesquisa se justifica pela natureza dinâmica do empreendedorismo no Brasil, influenciada por fatores culturais, econômicos e geracionais. Desta forma, compreender suas características, desafios e oportunidades é essencial para criar

estratégias que promovam um ambiente favorável ao crescimento sustentável, à inovação e à competitividade. Tal compreensão contribui diretamente para o desenvolvimento econômico, a geração de empregos e a redução de desigualdades sociais, fortalecendo o papel do empreendedorismo como motor do progresso nacional.

Nesse sentido, a pesquisa contribui para compreender as expectativas de carreira e os valores das diferentes gerações, fornecendo informações valiosas para gestores de recursos humanos, recrutadores e executivos em cargos de liderança. Contribui também em identificar as motivações, preferências e prioridades de cada geração, pois é possível criar estratégias de retenção mais adequadas e efetivas, alinhando os objetivos organizacionais às necessidades dos colaboradores.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Perfil Empreendedor e as Gerações

De acordo com Schumpeter e Swedberg (2021), o empreendedorismo é o processo de criação de valor econômico por meio da inovação e da introdução de novas combinações de recursos, gerando um ciclo de “destruição criativa”, que transforma indústrias e impulsiona o desenvolvimento.

Nos últimos anos, o conceito de empreendedorismo tem evoluído, deixando de se limitar à ideia de iniciar um negócio. O empreendedor é agora visto como um agente de transformação, capaz de identificar oportunidades e impulsionar a inovação (Schumpeter e Swedberg, 2021). Passou a ser entendido com aquele que tem a capacidade de identificar, avaliar e aproveitar oportunidades, utilizando recursos de maneira criativa e eficiente (Hisrich, Peters e Shepherd, 2014).

O Brasil tem se destacado no cenário internacional pelo crescimento do empreendedorismo, impulsionado por fatores como a necessidade de geração de renda, dificuldades no mercado de trabalho formal e incentivos governamentais para pequenas empresas (GEM, 2023). Ainda sobre o relatório do GEM de 2023, a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) no Brasil alcançou 34,5%, o que

evidencia um crescimento significativo na participação dos brasileiros em atividades empreendedoras, tanto nas fases iniciais quanto em negócios já estabelecidos.

Para Dornelas (2016), o empreendedorismo no Brasil é caracterizado por sua dualidade. De um lado, tem-se os empreendedores por necessidade, que entram no mercado muitas vezes devido à falta de opções no emprego formal; do outro, os empreendedores por oportunidade, que enxergam o ato de empreender como uma forma de crescimento pessoal e profissional, movidos por uma mentalidade de inovação e busca por soluções diferenciadas.

O empreendedorismo também desempenha um papel importante no enfrentamento dos desafios socioeconômicos do Brasil. Segundo Schwartz (2017), empreender não é apenas uma ferramenta para criação de riqueza individual, mas também um mecanismo para a redução da desigualdade e a promoção da inclusão social. As micro e pequenas empresas são responsáveis por grande parte dos empregos gerados no país, promovendo o desenvolvimento regional e a melhoria das condições de vida das comunidades locais.

O perfil empreendedor descrito por Rocha e Freitas (2014) em consonância com o estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) é composto por 6 características:

- **Autorrealização:** Refere-se à percepção que uma pessoa tem sobre sua capacidade de mobilizar motivação, recursos cognitivos e estratégias necessárias para exercer controle sobre os eventos em sua vida.
- **Assumir riscos:** Descreve uma pessoa que, ao considerar um projeto pessoal, avalia e analisa as variáveis que podem impactar seus resultados, tomando decisões sobre a continuidade do projeto com base nessa análise.
- **Planejador:** É alguém que se prepara estrategicamente para o futuro, estabelecendo objetivos e desenvolvendo ações para alcançá-los.
- **Sociável:** Refere-se ao grau em que uma pessoa utiliza sua rede de contatos sociais como suporte para suas atividades profissionais, construindo relações que favorecem seu desenvolvimento.
- **Inovador:** Descreve uma pessoa que combina ideias, fatos, necessidades e demandas do mercado de maneira criativa, buscando soluções originais e eficazes.
- **Líder:** É alguém que, com base em um objetivo pessoal, inspira e influencia outras pessoas a adotarem esse mesmo objetivo de forma voluntária.

Essas características são analisadas em relação às diferentes gerações presentes no ensino superior, considerando diversos cursos. O objetivo é verificar como essas características se relacionam com fatores como gênero, situação no mercado de trabalho e a região de residência dos estudantes. Esta análise permite entender as dinâmicas e nuances que influenciam a experiência acadêmica e profissional de cada grupo. Além disso, identifica-se possíveis desigualdades e oportunidades que surgem a partir dessas interações.

Em um contexto de conflito geracional, o empreendedorismo também reflete diferenças de atitudes e valores entre gerações. As gerações mais antigas, como os *Baby Boomers* e a Geração X, tendem a associar o sucesso empreendedor à estabilidade e segurança, os *Millennials* e a Geração Z valorizam a inovação, a flexibilidade e o impacto social dos seus negócios (Alves *et al.*, 2021). Essa mudança de perspectiva é significativa, pois influencia a forma como novos empreendimentos são criados, geridos e expandidos.

O conflito geracional é um fenômeno recorrente no ambiente de trabalho e no empreendedorismo, refletindo as diferenças de valores, atitudes e comportamentos entre as gerações que coexistem. Essas diferenças se tornam especialmente evidentes quando analisamos o contexto do empreendedorismo, em que as novas gerações, como os *Millennials* e a Geração Z, têm apresentado abordagens significativamente distintas em relação à inovação, gestão e estrutura de negócios, quando comparadas às gerações anteriores, como os *Baby Boomers* e a Geração X (Twenge, 2010).

Conforme apontam Alves *et al.* (2021), os conflitos entre gerações se manifestam principalmente na maneira como cada grupo lida com o trabalho e as expectativas em relação ao empreendedorismo. Os *Baby Boomers* cresceram em um período de estabilidade econômica e forte hierarquia, preferem ambientes organizados e previsíveis, as novas gerações tendem a buscar um propósito mais amplo em suas atividades e valorizar um ambiente de trabalho colaborativo e flexível.

Segundo Schwartz (2017), os *Millennials* e a Geração Z, por exemplo, estão menos preocupados com a estabilidade e mais focados em contribuir para a

sociedade por meio de iniciativas inovadoras e sustentáveis. Os empreendedores mais jovens, especialmente da Geração Z, são mais propensos a assumir riscos em seus negócios, influenciados pela tecnologia e pela rapidez com que as informações são disseminadas (Seemiller e Grace, 2018).

Diferentemente dos empreendedores da Geração X, que tendem a priorizar a segurança e a continuidade dos negócios, as novas gerações estão mais dispostas a experimentar novas abordagens e se adaptar a mudanças rápidas, como indicam Rocha e Freitas (2014) e Rojas *et al.* (2018). A postura mais flexível e inovadora adotada pelas novas gerações está ligada a um cenário econômico e tecnológico em constante evolução.

Carmo *et al.* (2021) saliente que os profissionais mais experientes tendem a ser mais resistentes às novas tecnologias e preferem métodos tradicionais de gestão, os *Millennials* e a Geração Z, nasceram em um mundo digital, têm uma maior propensão a integrar tecnologias em seus negócios, utilizando redes sociais, inteligência artificial e plataformas digitais como ferramentas para expandir e inovar.

No ambiente empreendedor, essa interação entre gerações pode ser tanto uma fonte de conflito quanto de oportunidades. Conforme Boszczowski e Teixeira (2012), o conflito geracional pode ser prejudicial quando as diferenças de valores não são compreendidas ou respeitadas, gerando tensões que podem comprometer a eficiência e o crescimento do negócio. No entanto, quando essas diferenças são devidamente geridas, o conflito geracional pode se tornar um fator de inovação e vantagem competitiva.

A interação entre a experiência dos mais velhos e o dinamismo dos mais jovens pode gerar soluções criativas e novos modelos de negócios, como descrito por Osterwalder e Pigneur (2011). Sendo assim, espera-se que a geração Z apresente uma influência positiva no perfil empreendedor, trazendo novas ideias, adaptabilidade às novas tecnologias e uma abordagem mais ousada frente aos desafios do mercado.

2.2 Perfil Empreendedor, Gerações e Ensino Superior

De acordo com Bae *et al.* (2014), a educação empreendedora desempenha um papel fundamental na formação das intenções empreendedoras dos estudantes, destacando-se como um fator crítico que molda o perfil do empreendedor. O ensino superior, portanto, não deve apenas fornecer conhecimento técnico e teórico, mas também criar um ambiente propício ao desenvolvimento de habilidades práticas e comportamentais que estimulem a inovação e a criatividade.

As universidades têm a responsabilidade de cultivar um espírito empreendedor em seus alunos, preparando-os para enfrentar os desafios do mercado de trabalho contemporâneo, que é caracterizado pela constante evolução tecnológica e pela necessidade de adaptação rápida (Kuratko, 2005). Neste sentido, o perfil do empreendedor contemporâneo é influenciado por diversos fatores, incluindo características pessoais, experiências passadas e, especialmente, o ambiente educacional. Nesse contexto, as gerações mais jovens, muitas vezes referidas como *Millennials* e Geração Z, diferem substancialmente de seus predecessores em termos de expectativas, valores e abordagens em relação ao empreendedorismo (Carmo *et al.*, 2021).

Essas gerações tendem a ser mais orientadas para a inovação e a disrupção, e sua familiaridade com a tecnologia os torna mais propensos a explorar oportunidades no mundo digital (Kuratko, 2005). No entanto, essas diferenças podem gerar um conflito intergeracional, onde as gerações mais velhas, que muitas vezes têm uma visão mais conservadora e tradicional dos negócios, podem não compreender ou apoiar plenamente as aspirações empreendedoras dos jovens.

O ensino superior deve, portanto, adaptar seus currículos e métodos pedagógicos para atender às expectativas dessas novas gerações. Isso inclui a integração de disciplinas que promovam o pensamento crítico, a resolução de problemas e a colaboração, características fundamentais para o sucesso no ambiente de negócios atual (Martin *et al.*, 2013). Além do mais, as universidades podem implementar programas de incubação e aceleração que ofereçam aos

alunos a oportunidade de desenvolver suas ideias em um ambiente seguro, onde possam experimentar e aprender com seus erros.

É indispensável que as instituições de ensino superior também abordem as barreiras que os jovens empreendedores enfrentam, como a falta de financiamento e o acesso limitado a redes de contato. Estudos têm demonstrado que a autoconfiança e a autoeficácia estão diretamente ligadas à intenção empreendedora (Liñán; Chen, 2009). Portanto, programas que promovam o empoderamento dos estudantes e ofereçam mentorias podem ajudar a construir a confiança necessária para que eles se lancem em empreendimentos próprios.

Além disso, a literatura aponta que a educação empreendedora não deve ser vista apenas como uma maneira de desenvolver novos empreendedores, mas também como uma estratégia para fomentar a competitividade e a inovação em um contexto econômico mais amplo. Segundo Acs (2006), o empreendedorismo é um motor vital para o crescimento econômico, e ao preparar os alunos para serem empreendedores, as instituições de ensino superior contribuem significativamente para o desenvolvimento econômico regional e nacional.

Em suma, o perfil empreendedor é moldado por uma combinação de fatores individuais, educacionais e sociais. A relação entre gerações e o ensino superior é complexa e multifacetada, exigindo uma adaptação constante das práticas educacionais para se alinhar às necessidades e expectativas das novas gerações. A criação de um ambiente educacional que valorize a inovação, a experimentação e o aprendizado colaborativo é imprescindível para preparar os estudantes para se tornarem empreendedores de sucesso. Diante disso, apresentam-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

H1: A geração Z influencia positivamente o Perfil empreendedor.

H1a: A geração Z influencia positivamente o perfil Líder.

H1b: A geração Z influencia positivamente o perfil Autorrealização.

H1c: A geração Z influencia positivamente o perfil Planejador.

H1d: A geração Z influencia positivamente o perfil Inovador.

H1e: A geração Z influencia positivamente o perfil Assume riscos.

H1f: A geração Z influencia positivamente o perfil Sociável.

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação

Este estudo adota uma abordagem quantitativa com o objetivo de analisar as percepções de diferentes gerações sobre o empreendedorismo e as mudanças no mercado de trabalho. A metodologia utilizada foi baseada em procedimentos descritos por autores que abordam pesquisas quantitativas e descritivas em estudos sociais (Gil, 2019).

A pesquisa é classificada como descritiva, pois visa descrever características de um fenômeno específico — o conflito de gerações no contexto do empreendedorismo. A abordagem quantitativa foi escolhida para permitir a mensuração das opiniões dos participantes sobre os tópicos abordados (Vergara, 2013). Essa escolha é apropriada para estudos que buscam generalizar os resultados para uma população maior, a partir de amostras significativas.

O instrumento utilizado foi um questionário estruturado, composto por perguntas fechadas e escalas *Likert*, conforme sugerido por autores que discutem a eficácia de tais instrumentos para capturar opiniões e percepções (Marconi e Lakatos, 2017). Este formato mostrou-se eficaz para coletar opiniões e para a participação dos respondentes.

A seleção dos participantes foi realizada por conveniência, a coleta de dados foi realizada por meio de um questionário *online*, criado através da plataforma *Google Forms*, e distribuído para estudantes do centro universitário de Goiás de diversas áreas entre elas Ciências Contábeis, Administração, Direito, Nutrição, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Odontologia e Psicologia.

Ressalta-se que o grupo total aproximado de alunos da FacUnicamps é de 7 mil acadêmicos matriculados. Para o curso de Ciências Contábeis há um total de 350 acadêmicos. Já para os cursos voltados para área da saúde, pode-se citar um total 5 mil. No curso de Administração um total 370 alunos. Em Direito aproximadamente 950 alunos, e por fim, no curso de Pedagogia um total de 374.

O questionário foi desenvolvido pelo grupo de pesquisa e distribuído eletronicamente através da plataforma *Google Forms*, conforme recomendado por Creswell (2010) para pesquisas com amostras amplas e de fácil acesso.

Destaca-se, que antes da aplicação do questionário, foi realizado um pré-teste para verificar problemas na redação das perguntas, a imprecisão das questões, tempo, entre outros. Segundo Remler e Van Ryzin (2011), o pré-teste consiste em um teste do questionário com uma pequena amostra de entrevistados, com o intuito de identificar e eliminar problemas potenciais. Adicionalmente, apesar da seleção dos participantes do pré-teste ser flexível, é aconselhável que os respondentes sejam razoavelmente adequados para as perguntas (Fowler Jr., 2009; Fink, 2012).

Para as questões referentes ao perfil empreendedor, foi adotado o questionário desenvolvido por Schmidt e Bohnenberger (2009), que divide o instrumento em seis blocos: a) autorrealização; b) líder; c) planejador; d) inovador; e) assume riscos; e f) sociável.

Os dados foram coletados durante o período de setembro a outubro, utilizando o *Google Forms*, uma plataforma amplamente recomendada por sua acessibilidade e capacidade de armazenar grandes volumes de respostas (Creswell, 2010). O questionário foi amplamente divulgado junto à comunidade acadêmica da FacUniCamps e em redes sociais. Este método garante rapidez na coleta e armazenamento de dados, seguindo as orientações de Marconi e Lakatos (2017).

Os dados coletados foram tabulados e analisados estatisticamente, com a utilização de gráficos e tabelas para facilitar a visualização dos resultados. Métodos descritivos, como medidas de frequência e percentuais, foram aplicados para identificar padrões nas respostas (Gil, 2019). Além disso, testes estatísticos foram realizados para verificar a significância das relações entre as variáveis analisadas.

Para a análise dos dados coletados, foram empregadas técnicas estatísticas, utilizando-se o *software* Stata 14. Foi empregada a estatística

descritiva, incluindo média, mediana, desvio padrão e os valores mínimo e máximo da amostra. Além disso, foram aplicados o teste de correlação de *Pearson* e a regressão múltipla.

Os modelos econométricos adotados neste estudo estão descritos em seguida:

$$\text{Perfil}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Líder}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Autorrealização}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Planejador}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Inovador}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Risco}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

$$\text{Sociável}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Reside}_i + \beta_2 \text{Trabalha}_i + \beta_3 \text{GENZ}_i + \beta_4 \text{Curso}_i + \beta_5 \text{Gênero}_i + \varepsilon_i$$

Em que,

Perfil_i = perfil empreendedor (média das somas dos perfis) i; Líder_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Autorrealização_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Planejador_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Inovador_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Riscos_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Sociável_i = média das respostas referentes ao perfil indicado do indivíduo i; Reside_i = *dummy* 1 se mora na cidade, se não 0 do indivíduo i; Trabalha_i = *dummy* 1 se trabalha, se não 0 do indivíduo i; GENZ_i = *dummy* Idade do indivíduo (até 24 anos) i; Curso_i = *dummy* se cursa de administração e contabilidade, 1 se não 0 do indivíduo i; Gênero_i = *dummy* 1 para gênero masculino, se não 0 do indivíduo i; Sendo, β_0 = intercepto; $\beta_1 \dots \beta_5$ = constantes e ε_i = erro da regressão;

4 RESULTADOS

Primeiramente, considerando uma amostragem de 403 participantes, nossa pesquisa representa 5,76% do grupo total de alunos iniciantes e concluintes de

cada curso. Nota-se a predominância do sexo feminino, representando 71,2%, equivalente a 287 respostas do total. Quanto ao curso de Ciências Contábeis foi obtido um percentual de 33,14% (116) dos entrevistados. Os cursos voltados para área da Saúde revelam que o resultado em percentual foi de 2,96% (150). No curso de Administração o resultado alcançado foi de 15,95% (59). No curso de Direito obteve-se uma representação de 4,84% (46), e por fim, no curso de Pedagogia alcançou-se um índice de 8,56% (32).

Com o intuito de caracterizar a amostra, foram levantadas questões a respeito da idade, do gênero dos respondentes, curso de graduação, se trabalham e se estão trabalhando na área do curso, para verificar sua relação em média dos alunos, a qual pode ser vista na Tabela 1.

Tabela 1 - Média do perfil empreendedor por curso, gênero, geração e empregabilidade

Curso	Gênero	Geração	Empreendedor	Trabalha (86,8%)	Na área (45,4%)
Ciências Contábeis	Masculino	X	*	*	*
		Y	3.471	2,73% (11)	0,99% (4)
		Z	3.293	7,44% (30)	4,96% (20)
	Feminino	X	3.273	0,25% (1)	0,25% (1)
		Y	3.020	7,94% (32)	3,72% (15)
		Z	3.252	10,67% (43)	7,44% (30)
Administração	Masculino	X	3.273	0,25% (1)	0,25% (1)
		Y	2.864	0,50% (2)	0,25% (1)
		Z	3.495	3,47% (14)	1,74% (7)
	Feminino	X	3.091	0,50% (2)	0,24% (1)
		Y	2.682	1,74% (7)	0,99% (4)
		Z	3.071	5,21% (21)	4,21% (17)
Direito	Masculino	X	1.000	0,25% (1)	0,25% (1)
		Y	3.235	2,98% (12)	0,99% (4)
		Z	3.300	2,23% (9)	1,24% (5)
	Feminino	X	*	*	*
		Y	3.161	0,24% (1)	0,25% (1)
		Z	3.184	3,97% (16)	3,22% (13)
Saúde	Masculino	X	3.045	0,25% (1)	*
		Y	3.454	1,74% (7)	0,99% (4)
		Z	3.040	4,21% (17)	0,99% (4)
	Feminino	X	3.160	0,50% (2)	0,50% (2)
		Y	3.256	5,45% (22)	3,22% (13)
		Z	3.205	16,87% (68)	5,21% (21)
Pedagogia	Masculino	X	*	*	*
		Y	2.667	0,50% (2)	0,25% (1)
		Z	3.000	0,25% (1)	0,25% (1)
	Feminino	X	2.977	0,74% (3)	0,74% (3)
		Y	2.841	2,98% (12)	1,49% (6)
		Z	2.964	2,48% (10)	1,98% (8)

Fonte: elaborado pelos autores.

O curso que apresentou o maior perfil empreendedor médio foi o de Administração. A Geração Z masculina, em particular, destacou-se com uma média de 3.495, superando as médias de outras gerações e cursos. Isso indica que os alunos de Administração, especialmente os mais jovens, tendem a ter um perfil mais empreendedor em comparação com alunos de outros cursos analisados, como Ciências Contábeis, Direito, Saúde e Pedagogia. Este resultado pode ser explicado pelo foco tradicional dos cursos de Administração em desenvolver habilidades de gestão, liderança e inovação, aspectos que são essenciais para um perfil empreendedor elevado de acordo com Souza *et al.* (2013). A inserção de disciplinas e atividades voltadas ao empreendedorismo em cursos de Administração pode contribuir para esse destaque o que vai de encontro com as observações de Muraro *et al.* (2018).

As diferenças entre os cursos também são justificáveis. Cursos como Ciências Contábeis e Administração, por exemplo, são tradicionalmente voltados para a formação de habilidades técnicas e gerenciais que incentivam o desenvolvimento de competências empreendedoras, como liderança e capacidade de planejamento (Faria *et al.*, 2023). Esse foco se reflete nas médias mais altas de perfil empreendedor. Em contrapartida, cursos como Direito e Saúde podem ter um currículo mais voltado para aspectos técnicos específicos da área, o que pode explicar médias de perfil ligeiramente mais baixas, apesar de ainda significativas em termos de inovação e adaptação (Muraro *et al.*, 2018).

A empregabilidade e o trabalho na área estão relacionados ao perfil empreendedor, de modo que, alunos com perfis mais altos tendem a buscar e se inserir em empregos que os desafiem a usar suas competências. A Geração Z, por exemplo, mostra um forte interesse em trabalhar em áreas alinhadas ao seu curso, como visto no número expressivo de respondentes que trabalham em suas respectivas áreas. Isso pode ser interpretado como uma manifestação da mentalidade empreendedora desta geração, que busca experiências práticas e oportunidades de crescimento, corroborando com a observação de Carmo *et al.* (2021).

O curso de Ciências Contábeis se destaca entre os analisados por apresentar o maior percentual de egressos trabalhando e atuando na área de formação, respectivamente. Em particular, observa-se que 10,67% das mulheres da geração Z estão empregadas, com 7,44% delas exercendo funções diretamente relacionadas ao campo da contabilidade. Este alto índice sugere uma elevada demanda por profissionais contábeis e aponta para uma inserção efetiva destes egressos no mercado de trabalho específico, indicando a importância e a aplicabilidade prática do curso. É importante destacar que os cursos voltados para a área da Saúde apresentam o maior percentual de pessoas empregadas.

A análise da Tabela 2 aprofunda as dimensões específicas do perfil empreendedor, apresentando as médias desses perfis entre alunos de Ciências Contábeis, Administração, Direito e Saúde, discriminadas por gênero e geração (X, Y e Z). Os dados indicam que as gerações mais jovens (Y e Z) exibem, em geral, médias mais elevadas de perfil empreendedor em comparação à Geração X.

Tabela 2 - Média dos perfis empreendedor por curso, gênero e geração

Curso	Gênero	Geração	Líder	Autorrealizaç	Planejad	Inovado	Risco	Sociáv
Ciências Contábeis	Masculino	X	*	*	*	*	*	*
		Y	3	3	4	3	3.879	4
		Z	4	4	3	4	3.848	3
	Feminino	X	3	3.75	3	3.25	3.000	4
		Y	3.33	3	3.54	2.83	3.127	2.61
		Z	3	4	4	3	3.303	3
Administração	Masculino	X	3.4	3.25	3.5	3.25	3.000	3
		Y	2.45	3	3.875	2.5	2.334	3.25
		Z	4	3	4	3	4.019	3
	Feminino	X	2.7	3.12	3.625	3.25	2.834	2.625
		Y	2	3	3	3	3.185	2.8
		Z	3.2	3.33	3.33	2.83	3.119	2.875
Direito	Masculino	X	1	1	1	1	1.000	1
		Y	3.14	3.4	3	3	3.410	3.33
		Z	4	4	2	4	3.467	4
	Feminino	X	*	*	*	*	*	*
		Y	3.33	3.3	3.82	2.52	3.391	2.93
		Z	3.33	3.2	3.71	2.67	3.386	3
Saúde	Masculino	X	4	3.25	3.25	2.25	2.333	2
		Y	4	4	4	4	3.333	3
		Z	3	4	4	3	3.042	4
	Feminino	X	4	4	3	3	3.149	2
		Y	3	4	4	3	3.375	2
		Z	3	4	3.61	2.56	3.068	2.77
Pedagogia	Masculino	X	*	*	*	*	*	

	Y	2.4	2.5	3	2.75	3.000	2.5
	Z	3	3	3	3.33	3.000	2.5
Feminino	X	2	4	3.37	3	2.667	4
	Y	2	3	3.6	3	2.944	3
	Z	3	3	3	3	2.762	3

Fonte: elaborado pelos autores.

Nos cursos de Ciências Contábeis, os homens da Geração Z destacam-se em liderança, autorrealização e inovação, todos com média de 4, além de uma média de 3.848 na dimensão de risco. Em contrapartida, apresentam pontuações mais baixas nos perfis planejador e social (média 3). Isso demonstra que, apesar dos homens desta geração terem uma pontuação alta em vários aspectos, a capacidade de assumir riscos tem uma média levemente menor e muito baixo em planejador.

Entre as mulheres da mesma geração, há um destaque em liderança, autorrealização e inovação, todas com médias 4. Por outro lado, os demais aspectos apresentam valores inferiores, especialmente em risco e social, onde as médias são de 3.3 e 3, respectivamente. Esses dados indicam que as mulheres da Geração Z, no curso de Ciências Contábeis, possuem um perfil empreendedor forte em inovação e liderança, mas apresentam uma menor inclinação para o planejamento e sociabilidade.

Os homens da Geração Y no curso de Ciências Contábeis apresentam um perfil equilibrado, com médias de 3 em autorrealização e inovação; e médias de 3 e 4 em liderança e planejamento, respectivamente. Esses resultados indicam que, nessa geração, os homens mantêm pontuações moderadas em todas as dimensões, sem se sobressair de forma significativa em nenhuma delas.

No curso de Administração, os homens da Geração Z destacam-se com médias mais altas em liderança e inovação, ambas atingindo 4, e apresentam pontuações mais baixas nas dimensões de planejamento e riscos. Por outro lado, os homens da Geração Y exibem um perfil mais equilibrado, com pontuações homogêneas entre os aspectos analisados, sem grandes variações. Por sua vez, as mulheres da Geração Y no curso de Administração se sobressaem na dimensão de riscos, com média de 3.185, mantendo também pontuações

consistentes nos perfis de autorrealização, planejamento e inovação, o que sugere um perfil equilibrado com potencial para assumir riscos.

Os homens da Geração Z, no curso de Direito, apresentam altos valores em liderança e autorrealização, ambas com média de 4, destacando-se assim nesses aspectos. Na Geração Y, por outro lado, os homens apresentam valores um pouco inferiores, em comparação com a Geração Z, mas com uma alta em assumir riscos. A Geração X possui destaque em planejamento e riscos. As mulheres do curso de Direito, pertencentes à Geração Y, possuem uma pontuação mais equilibrada em todos os aspectos, com um destaque maior em planejamento (3.82) e riscos (3.391), sendo proeminentes nessa geração.

Em relação aos cursos voltados à área da Saúde, os homens da Geração Z se destacam por sua liderança, obtendo uma média de 4. No tocante aos homens da Geração Y, foram alcançadas as médias de 4 em autorrealização, planejamento e aspectos sociais, demonstrando excelência nessas áreas. Enquanto isso, as mulheres pertencentes à Geração Z também se sobressaem em autorrealização e liderança, embora exibam pontuações mais baixas na dimensão de sociabilidade.

O teste inicial foi conduzido para avaliar a normalidade dos dados. Para isso, foi empregado o teste de assimetria e curtose, utilizando o software Stata 14, a fim de determinar a normalidade dos dados. É um método de medição comum e um dos testes mais utilizados para avaliar a qualidade dos dados nas populações investigadas. Os resultados mostram que o modelo apresenta bons valores, é possível melhorar os parâmetros de análise que requerem campo de visão e garantir a validade dos resultados.

Posteriormente, a relação entre geração, educação, sexo, residência, ocupação profissional e o desempenho empresarial dos alunos foi examinada. O teste foi realizado por meio do *software* Stata 14, visando identificar se há uma correlação significativa entre essas variáveis e o desempenho empresarial dos alunos. Para isto, foi empregado o teste de correlação de *Pearson*, o qual avalia a intensidade e direção da relação entre duas variáveis. Os resultados da correlação estão apresentados na Tabela 3, exibindo o coeficiente de correlação

que descreve a associação entre as variações na carteira do empreendedor e fornece uma análise detalhada das potenciais influências no comportamento empresarial dos alunos.

Tabela 3 - Correlação de Pearson

	Perfil	Líder	Auto	Planejad	Inovador	Risco	Social	GEN Z	Curs	Gêne	Trabalh	Resid
Perfil	1.000											
Líder	0.757*	1.000										
Auto	0.780*	0.460*	1.000									
Planejador	0.700*	0.431*	0.485*	1.000								
Inovador	0.766*	0.409*	0.572*	0.446*	1.000							
Risco	0.668*	0.415*	0.422*	0.269*	0.466*	1.000						
Social	0.528*	0.279*	0.349*	0.312*	0.283*	0.338*	1.000					
GENZ	0.096*	-0.005	0.112*	0.037	0.083	0.074	0.179*	1.000				
Curso	0.052	0.028	0.045	-0.057	0.014	0.144*	0.092	-0.002	1.000			
Gênero	0.172*	0.104*	0.112*	0.075	0.125*	0.198*	0.154*	0.030	0.110*	1.000		
Trabalha	0.240*	0.256*	0.137*	0.206*	0.084	0.167*	0.156*	-0.028	0.106*	0.096*	1.000	
Reside	-0.004	0.081	-0.017	-0.028	-0.042	-0.039	-0.003	-0.053	-0.099	0.068	0.022	1.000

Nota: * indica significância estatística ao nível de 5%.

Fonte: elaborado pelos autores.

Os resultados da análise de correlação indicam que todas as variáveis, exceto o local onde reside, apresentaram correlação positiva com o perfil empreendedor. Entretanto, o curso e o local de residência não demonstraram significância estatística. Ao examinar os subgrupos do perfil empreendedor, observa-se que a Geração Z possui uma relação significativa e positiva com autorrealização e sociável, enquanto o curso mostrou uma relação com o risco. O gênero e trabalhar não apresentaram relação com planejamento e inovação, respectivamente. Constatou-se também que não há relação positiva e significativa entre a Geração Z com as demais variáveis. Contudo, verifica-se que os cursos de gestão têm relação com o trabalho e com o gênero. Em contrapartida, o local onde reside não mostrou relação significativa com nenhuma das variáveis.

Por meio da regressão linear múltipla foi possível verificar as hipóteses do trabalho, as quais foram: H1: A geração Z influencia positivamente o perfil empreendedor; H1a: A geração Z influencia positivamente o perfil Líder; H1b: A geração Z influencia positivamente o perfil Autorrealização; H1c: A geração Z influencia positivamente o perfil Planejamento; H1d: A geração Z influencia

positivamente o perfil Inovador H1e: A geração Z influencia positivamente o perfil Assume riscos H1f: A geração Z influencia positivamente o perfil Sociável.

Para avaliar a adequação do modelo e verificar a presença de homocedasticidade, foi aplicado o teste de *White*. De acordo com Fávero e Belfiore (2021), esse teste não pressupõe a normalidade dos dados e seu resultado indica que não há necessidade de tratamentos adicionais, pois não foram identificados problemas no modelo analisado.

Foi realizado outro teste para garantir a robustez e a solidez dos resultados, especificamente o teste de multicolinearidade, utilizando o VIF (*Variance Inflation Factor*). Segundo Fávero e Belfiore (2021), um VIF superior a 5 é indicativo de multicolinearidade. Na amostra analisada, o VIF médio foi de 1.02 logo não se observa problema de multicolinearidade. A Tabela 4 apresenta os resultados detalhados da regressão linear múltipla.

Tabela 4 - Resultados da regressão linear múltipla

	Perfil (modelo 1)	Líder (modelo 2)	Autorrealizador (modelo 3)	Planejador (modelo 4)	Inovador (modelo 5)	Riscos (modelo 6)	Sociável (modelo 7)
GEN Z	0.120* (0.059)	0.006 (0.083)	0.179* (0.078)	0.061 (0.077)	0.142 (0.089)	0.131 (0.089)	0.348* (0.093)
Curso	0.013 (0.057)	0.002 (0.080)	0.0299 (0.075)	-0.138 (0.074)	-0.019 (0.085)	0.186* (0.085)	0.116 (0.089)
Gênero	0.187 (0.061)*	0.133 (0.087)	0.158 (0.081)	0.110 (0.081)	0.221* (0.092)	0.332* (0.093)	0.254* (0.097)
Trabalha	0.390 (0.082)*	0.590* (0.116)	0.287* (0.109)	0.465 (0.108)	0.192 (0.123)	0.366* (0.124)	0.381* (0.130)
Reside	-0.020 (0.076)	0.157 (0.107)	-0.037 (0.100)	-0.090 (0.099)	-0.111 (0.113)	-0.095 (0.114)	0.001 (0.119)
R² ajustado	0.090	0.077	0.042	0.056	0.030	0.080	0.080
Obs.	403	403	403	403	403	403	403

Fonte: elaborado pelos autores.

Nota: o erro padrão dos coeficientes é exposto entre parênteses. * indica significância estatística ao nível de 5%.

A partir dos resultados, observou-se que as hipóteses H1, H1b e H1f foram confirmadas, uma vez que o valor-p foi inferior a 0.05 para a variável geração e o coeficiente apresentou um sinal positivo. Desta forma, foi comprovado que a geração é um fator que influencia o perfil empreendedor, especificamente nos subgrupos autorrealizador e sociável.

Sendo assim, o estudo vai ao encontro dos trabalhos de Costa e Silva, Mancebo e Mariano (2017) e SEBRAE (2017), os quais também identificaram que os homens tendem a ser mais ativos que as mulheres, e que os perfis mais ativos são característicos de indivíduos entre 25 e 34 anos. Empreendedores mais jovens, sobretudo da Geração Z, demonstram maior propensão a assumir riscos em seus negócios, impulsionados pela tecnologia e pela velocidade de disseminação das informações (Seemiller e Grace, 2019).

Cursos como Administração e Ciências Contábeis que incluem disciplinas voltadas à prática e inovação, apresentam maiores médias de perfil empreendedor, especialmente em liderança e planejamento, favorecendo o desenvolvimento de habilidades demandadas pelo mercado Kantis, Federico e Ibarra (2015).

Isso implica que as variáveis curso, gênero, trabalho e residência, discutidas por Parreira *et al.* (2015), ao considerarem o desenvolvimento social e econômico, e a visão de SOUZA, R. S. (2015), que afirma que as universidades desempenham um papel fundamental na promoção do empreendedorismo, são de grande importância. Além disso, fatores relacionados à inteligência emocional, como bem-estar e sociabilidade, apresentam uma correlação positiva significativa com o comportamento proativo na sociedade, o que contribui para o sucesso nas relações comerciais (Velooso *et al.*, 2016).

Os resultados, de forma geral, indicam que as variáveis curso, gênero, trabalho e residência trazidos por Parreira *et al.* (2015) estão relacionados ao desenvolvimento social e econômico. SOUZA, R. S. (2015) complementa essa ideia ao destacar que as universidades têm um papel fundamental na promoção do empreendedorismo. Fatores da inteligência emocional, como o bem-estar e a sociabilidade possuem uma correlação positiva relevante com o comportamento proativo em sociedade, contribuindo para o sucesso nas relações de negócio (Velooso *et al.*, 2016).

Outro aspecto a ser considerado são os valores de R^2 dos modelos, que variaram de 0.090 a 0.042. Os achados sugerem que outros fatores, como características emocionais, traços de personalidade e habilidades, podem

influenciar a formação e o desenvolvimento do perfil empreendedor, sendo fundamentais para uma compreensão mais ampla e aprofundada do comportamento empreendedor.

De acordo com Rosa e Treter (2017) e Sabra, Alves e Negreiros (2018) os jovens recém-formados, ao saírem da universidade, deparam-se com um mercado de trabalho com oportunidades limitadas para aqueles sem experiência. Este cenário oferece potencial significativo para exploração, principalmente para aqueles que desejam empreender. Inclusive, alunos dos cursos de Ciências Contábeis e Administração, por serem voltados para a gestão, podem estar mais bem preparados em relação ao perfil empreendedor.

A pesquisa revelou que as gerações Y e Z exibem um perfil empreendedor mais acentuado, caracterizado por uma maior predisposição à inovação e liderança. Além disso, cursos como Administração e Ciências Contábeis destacam-se por apresentar um perfil empreendedor robusto, com uma relação positiva com a empregabilidade, especialmente em setores relacionados à saúde. Por outro lado, a Geração Z se sobressai em habilidades como assumir riscos e liderar, alinhando-se às demandas de um mercado em transformação.

Segundo Şeşen e Pruett (2014), o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento econômico e social, o que tem motivado pesquisadores a explorarem com maior profundidade o impacto das variáveis contextuais na escolha dos jovens por uma carreira empreendedora.

Os resultados mostram que o perfil empreendedor médio se destaca entre os alunos de Administração, particularmente entre os homens da Geração Z, com uma média geral de 3.495, refletindo o foco do curso em competências como gestão, liderança e inovação. Por sua vez, nos cursos de Ciências Contábeis, tanto homens quanto mulheres da Geração Z apresentam fortes médias em liderança, autorrealização e inovação, embora exibam menores pontuações nas dimensões de planejamento e sociabilidade.

No curso de Direito, os homens da Geração Z apresentam maior destaque nas dimensões de liderança e autorrealização. As mulheres, em contrapartida,

exibem um perfil mais equilibrado entre as diferentes características, com uma ligeira ênfase em planejamento e propensão a assumir riscos. Na área da saúde, a Geração Z masculina alcança alta média em liderança, por outro lado, a Geração Y feminina se sobressai em autorrealização, planejamento e sociabilidade.

Os resultados da regressão múltipla revelaram uma relação significativa entre as variáveis geração, gênero e empregabilidade. Os resultados indicam que a Geração Z demonstra maior inclinação para liderança e inovação, enquanto a Geração Y exibe um perfil mais equilibrado, com foco no planejamento e autorrealização. Já a Geração Z tende a ter maior disposição para inovar e assumir riscos, o que reflete em elevados índices de empregabilidade e alinhamento com suas áreas de formação. Conforme destacado por Veloso *et al.* (2016), essas gerações apresentam diferentes atitudes perante a vida e o trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi verificar qual o perfil empreendedor mais se destaca em relação aos cursos (Ciências Contábeis, Administração, Direito, Nutrição, Enfermagem, Farmácia e Odontologia) e as gerações (*Baby Boomers*, Geração X, *Millennials* e Geração Z). Ao examinar diferentes gerações nos contextos empresariais abordados nos cursos, foi possível identificar o impacto de fatores como tipo geracional, curso, gênero, ocupação e local de residência dos negócios.

A análise dos dados coletados revela que a Geração Z, independentemente do gênero, demonstra um perfil empreendedor marcado pela ênfase em liderança e criatividade. Em contraste, a Geração Y apresenta um estilo mais equilibrado, com menor destaque em liderança ou inovação, mas com uma inclinação significativa para a autorrealização e a concretização de oportunidades.

A relação entre as variáveis revela que o gênero e a posição do estudante no mercado de trabalho também exercem influência nos perfis empresariais. Os

homens tendem a demonstrar energia e uma atitude positiva, as mulheres destacam-se por organizar o trabalho de forma eficiente, alcançando bons resultados em diversas áreas. Em contrapartida, a variável reside não mostrou relação significativa com o perfil analisado, indicando que fatores sociais e econômicos podem ter um impacto mais relevante no comportamento empreendedor do que a localização geográfica.

A análise de regressão confirmou a relevância da geração como um fator significativo na transformação das características dos empreendedores, sobretudo no que diz respeito à autossuficiência e ao senso de comunidade. Os resultados corroboraram a hipótese de que o perfil empreendedor é influenciado por aspectos geracionais, evidenciando a necessidade de compreender as particularidades de cada grupo no contexto do empreendedorismo. Por exemplo, a Geração Z demonstrou maior inclinação para inovação e gestão, enquanto a Geração Y apresentou um perfil mais equilibrado e com menor propensão a assumir riscos.

Por fim, a pesquisa reforça a importância do papel das universidades na promoção do espírito empreendedor, promovendo um ambiente educativo que apoia a criatividade, a capacidade de assumir riscos e a liderança. Nesse sentido, é importante que as instituições de ensino se adaptem às mudanças geracionais e às necessidades do mercado, oferecendo um currículo que combine o empreendedorismo e o desenvolvimento de competências que satisfaçam as necessidades empresariais do mundo.

Para estudos futuros, recomenda-se que sejam explorados fatores internos, como inteligência emocional e resiliência, e características externas, como apoio institucional e acesso a recursos. Também seria interessante analisar como as diferentes gerações respondem a políticas educacionais e programas de treinamento focados em empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

ACS, Zoltan J. How is entrepreneurship good for economic growth. **Innovations Technology Governance Globalization**, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2006. <http://dx.doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>

ALVES, Gidelaine Cristina; COSTA, Simone Teles da Silva; CHAVES, Paulo Victor Antônio; SILVA, Márcia Rodrigues Luiz da; CARVALHO, Luciano Limírio de; ALVES, Marcos Roberto Francisco. Estudo do contexto das gerações X, Y e Z no mercado de trabalho. **Gestão, Tecnologia e Ciências - GETEC**, v.10, n. 31, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/2509>. Acesso em: 20 out.2024

BAE, Tae; QIAN, Shanshan; MIAO, Chao; FIET, James O. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>

BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 141-168, 2012. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109>

CANEVER, Mario Duarte; KOHLS, Volnei Krause; LAGEMANN, Marcelo; RIGATTO, Paulo. Empreendedorismo: por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores? **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 13, n. 1, p. 101-124, 2013. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v13n1/v13n1a07.pdf>. Acesso em: 22 out. 2024.

CARMO, Luana Jéssica Oliveira; ASSIS, Lilian Bambirra de; GOMES JÚNIOR, Admarco Bonifácio; TEIXEIRA, Marcella Barbosa Miranda. O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cadernos Ebape. Br**, v. 19, n. 1, p. 18-31, 2021. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200043>

COSTA E SILVA, Fabiane da; MANCEBO, Rafael Cuba; MARIANO, Sandra Regina de Holanda. Educação empreendedora como método: o caso do minor em empreendedorismo e inovação da UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [s.l.], v. 6, n. 1, p. 196-216, jan./abr. 2017. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v6i1.411>

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**; tradução Magda Lopes. 3 ed. Porto Alegre: ARTMED, 296 páginas, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 6. ed. Grupo GEN, 2016.

FÁVERO, Luiz Paulo; BELFIORE, Patrícia. **Manual de análise de dados**. 1 ed. GEN LTC, p. 1187, 2021.

FOWLER JR., Floyd J. **Survey research methods**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Relatório Executivo GEM Brasil 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-brazil-2023-national-report>. Acesso em 30 out. 2024.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. Amgh Editora, 2014.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Indicador de Nível Socioeconômico (Inse), 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/acesso-a-informacao/dados-abertos/indicadores-educacionais/nivel-socioeconomico>. Acesso em: 20 out. 2024.

KANTIS, Hugo; FEDERICO, Juan; IBARRA, Sabrina. **Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. América Latina en el nuevo escenario global, 2015**. Disponível

em: <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2018/05/Informe-2015-11.pdf>. Acesso em 20 nov. 2024.

KURATKO, Donald F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, n. 5, p. 577-597, 2005. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

LIÑÁN, Francisco; CHEN, Yi-Wen. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTIN, Bruce C.; MCNALLY, Jeffrey J.; KAY, Michael J. Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. **Journal of business venturing**, v. 28, n. 2, p. 211-224, 2013. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>

MURARO, Renata; LAZZARI, Fernanda; EBERLE, Luciene; MILAN, Gabriel Sperandio; VERRUCK, Fábio. Avaliação de perfil empreendedor em meio acadêmico. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 136-156, 2018. <https://doi.org/10.25112/rgd.v15i2.1526>

NEVES, Bruna. **O que cada geração busca no trabalho**. Forbes, 2024. Disponível em: <https://www.forbes.com.br/>. Acesso em: 24 out. 2024.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves; MOVEMENT, T. **Inovação em modelos de negócios**. 1 ed. Alta Books, 2011.

PARREIRA, Pedro Miguel; PEREIRA, Francisco Costa; ARREGUY-SENA, Cristina; GOMES, António Marco; MARQUES, Sérgio Corrêa, MELO, Rosa Cândida, OLIVEIRA, Denize Cristina, FONSECA, César; CARVALHO, Carla, MÓNICO, Lisete S., SALGUEIRO, Anabela. Representações sociais do empreendedorismo: o papel da formação na aquisição de competências empreendedoras. **Revista Ibero-Americana de Saúde e Envelhecimento - RIASE**, [s.l.], 1, n. 3, p. 266-285, 2015. [http://dx.doi.org/10.24902/r.riase.2015.1\(3\).266](http://dx.doi.org/10.24902/r.riase.2015.1(3).266)

REMLER, Dahlia K.; VAN RYZIN, Gregg G. **Research methods in practice: strategies for description and causation**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração contemporânea**, v. 18, p. 465-486, 2014. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>

ROJAS, Jorge Rodrigo Artieda *et al.* El emprendimiento como factor de desarrollo en la sociedad y economía. **Metanoia: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación**, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 9-22, 2021. Disponível em: <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/METANOIA/article/view/2216>. Acesso em: 27 nov. 2024.

ROSA, Larissa Rodrigues; TRETER, Jaciara. **Perfil empreendedor do profissional contábil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis). Universidade de Cruz Alta. Cruz Alta. 2017. Disponível em: https://home.unicruz.edu.br/wp-content/uploads/2017/12/PERFIL-EMPREENDEDOR-DO-PROFISSIONAL-CONT_BIL.pdf. Acesso em 25 out. 2024.

SABRA, Marcelo Augusto Rocha; ALVES, Adenes Teixeira; NEGREIROS, Miguel Carlos Viana. **Contabilidade e empreendedorismo: de que forma o empreendedorismo pode ajudar na valorização profissional do contador? Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 7, n. 7, Mar. 2018, p. 503-512. Disponível em:

<http://fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume7/20.pdf>. Acesso em 14 nov. 2024.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, p. 450-467, 2009. <https://doi.org/10.1590/S1415-6552009000300007>

SCHUMPETER, Joseph A.; SWEDBERG, Richard. **The theory of economic development**. Routledge, 2021.

SCHWARTZ, T. (2017). **The New Leaders: The 50 Things You Should Know About Entrepreneurship**. HarperCollins, 2017.

SEEMILLER, Corey; GRACE, Meghan. **Generation Z: A century in the making**. Routledge, 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2017**. Global Entrepreneurship Monitor. Brasília, 2017. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 30 out. 2024.

ŞEŞEN, Harun; PRUETT, Mark. The impact of education, economy and culture on entrepreneurial motives, barriers and intentions: A comparative study of the United States and Turkey. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 23, n. 2, p. 231-261, 2014. <https://doi.org/10.1177/0971355714535309b>

SILVA, Ricardo; PINTO, Ana; NUNES, Sara. Web experience e a decisão de compra *online* nas gerações *Baby Boomers*, X, Y e Z. **GESTIN-Revista Internacional de Gestão, Direito e Turismo**, v. 19, n. 23, p. 155-172, 2021. Disponível em: <https://gestin.ipcb.pt/index.php/ijmlt/article/view/20/22>. Acesso em 30 out. 2024.

SOUZA, Maíra Mara de; MORAES, Aline Freire de Oliveira; NASCIMENTO, João Paulo de Brito; SILVEIRA, Patrícia Rosa da; SOARES, Keila Graciela Ribeiro. O comportamento empreendedor dos contabilistas: um estudo exploratório. In: SEGeT – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 10., Resende, out. 2013. **Anais...** Resende, 2013. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/31018684.pdf>. Acesso em: 20 out. 2024.

SOUZA, Roosiley dos Santos. **Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul**, Brasil. 2000, 113 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho. São Paulo, São Paulo: UNINOVE. Disponível em: <https://bibliotecatede.uninove.br/bitstream/tede/1458/2/Roosiley%20Dos%20Santos%20Souza.pdf>. Acesso em 14 nov. 2024.

TWENGE, Jean M. **Generation me: why today's young americans are more confident, assertive, entitled--and more miserable than ever before**. Free Press, 2006.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e *Baby Boomers*. **REGE-Revista de Gestão**, v. 23, n. 2, p. 88-98, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/121103/118086>. Acesso em 30 out. 2024.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2013.