

Pesquisa Juventude Conectada mostra que 60% dos jovens enxergam empreendedorismo como propósito de vida e 55% como realização pessoal, não geração de lucro

Desenvolvida pela Fundação Telefônica Vivo, em parceria com IBOPE Inteligência e Rede Conhecimento Social, pesquisa ouviu 400 jovens entre 15 e 29 anos, de todas as regiões do país

São Paulo, 20 de agosto de 2018 – Cada vez mais a fantasia sobre a facilidade de ser dono do seu próprio negócio como facilidade e garantia de lucro está desmistificada para os jovens desta geração: 44% deles não acreditam que o empreendedorismo seja a melhor forma de ganhar dinheiro. Entre eles, 55% acreditam que empreender é conseguir colocar em prática os seus sonhos e 64% concordam que empreendedorismo é mais que ter um negócio, é ter atitude, iniciativa e criatividade. Isso é o que mostra a recém-lançada edição especial de empreendedorismo da pesquisa Juventude Conectada, realizada pela Fundação Telefônica Vivo, em parceria com IBOPE Inteligência e Rede Conhecimento Social.

A pesquisa ouviu 400 jovens entre 15 e 29 anos das classes A, B e C, de todas as regiões do país, em pesquisa qualitativa, além de especialistas e jovens empreendedores, expondo para a sociedade o contexto do tema de empreendedorismo.

Os resultados mostraram que, em geral, o jovem acredita que empreender está associado a realização de propósito e sonhos, contrapondo o retorno financeiro como premissa. Dentro deste cenário é possível perceber uma juventude mais consciente sobre o caminho a ser percorrido para idealização e construção de um negócio. Para os jovens, a inovação também não é essencial, mas parte de uma atitude empreendedora com originalidade.

A pesquisa ainda trouxe a consciência do jovem de que empreendedor é diferente de empresário. Uma pessoa pode ser as duas coisas ou só uma delas e isso não o invalida. “Um funcionário de uma empresa pode encontrar soluções para algum problema. Ao se dispor a tornar aquilo um objetivo a ser realizado pode estar empreendendo” foi uma afirmação unânime nas discussões do workshop da pesquisa. Do total de jovens entrevistados, 56% se consideram empreendedores. Entre eles, 70% preferem ter um negócio próprio desafiando-se a criar produtos e serviços, e 30% preferem ser empregados de uma empresa, associando o conceito de empreender ao contexto empresarial partindo de uma atitude empreendedora que agrega aos negócios. 60% dos jovens acreditam que empreender não é só fazer dinheiro, mas inovar e transformar ao seu redor, seja com seu negócio ou dentro de empresas.

Neste contexto, o conceito de sucesso para os jovens tem cruzamento pessoal e financeiro. 60% deles acreditam que sucesso é ter um negócio de impacto com benefícios pessoais e para sociedade e 56% dos jovens entrevistados acreditam que sucesso é ter um bom lucro.

Outro dado relevante da pesquisa é sobre os desafios que o jovem enfrenta ao empreender. 56% dos entrevistados discordam que o jovem tem menos medo de empreender porque tem menos responsabilidade. O contexto social neste quesito tem grande impacto sobre as possibilidades de se empreender.

Classe C

Diferente das classes AB, em que 4 em cada 10 jovens preferem ser empregados ou funcionários de uma empresa, a juventude da classe C prefere ter o seu próprio negócio a trabalhar em ambiente corporativo. São 8 em cada 10 pensando dessa forma, por acreditar que assim, serão protagonistas de suas vidas. Esse aspecto está associado ao contexto social, que os tornam mais criativos e corajosos justamente pelas dificuldades de sua condição econômica e social. Esses jovens tendem a ser mais objetivos no que buscam, procurando algo mais concreto, acreditando que, assim, podem evitar incertezas do mercado de trabalho.

Na classe C, 57% dos jovens se consideram empreendedores. Destes, 78% preferem ter o negócio próprio e 22% preferem ser empregados de uma empresa.

Pense Grande

A Fundação Telefônica Vivo tem o empreendedorismo como um dos eixos de atuação, junto à educação e cidadania. Por meio do projeto Pense Grande, estimula o empreendedorismo social e atua com o objetivo de incentivar o jovem a pensar no tema como uma possibilidade de vida. O programa visa difundir a cultura do empreendedorismo de impacto social com tecnologia digital a jovens brasileiros por meio de três estratégias: *Formar*, que trabalha com jovens que queiram saber mais sobre o universo do empreendedorismo, oferecendo ferramentas e estratégias para desenvolver soluções em suas comunidades; *Apoiar*, que oferece formação e recursos para que participantes estruturem suas ações; e *Fortalecer*, que apoia instituições e iniciativas para fomentar o tema do empreendedorismo social para sociedade.

Neste contexto, o projeto fornece ferramentas, estratégias e recursos para desenvolver soluções e estrutura alguns temas destacados pelos jovens na pesquisa como atitude empreendedora, habilidades para reconhecimento de contexto social para resolução de problemas e desenvolvimento de projetos. Ao longo de cinco anos, já mobilizou mais de 50 mil jovens para o desenvolvimento de atitude empreendedora, apoiou 78 iniciativas e incubou 167 jovens.

Em parceria com o Centro Paula Souza, desde 2016 aplica a metodologia Pense Grande em 47 ETECs e FATECs do estado de São Paulo, o que permite que a Fundação esteja ainda mais próxima do contexto educacional ligado ao empreendedorismo. Por estar presente neste cenário, a Fundação percebe, na prática, a importância do estímulo ao empreendedorismo ainda no cenário escolar. A pesquisa mostrou que, ainda que o jovem tenha maior sensibilidade ao novo e predisposição ao aprendizado, por estar em processo de formação, não se fala sobre empreendedorismo na escola. O foco das discussões sobre esse tema ainda é restrito em como se inserir no mercado de trabalho. Parte significativa do que aprende sobre o assunto vem das pesquisas e formações que realiza por conta própria. De acordo com a pesquisa, 42% dos jovens concordam que o empreendedor orienta e ensina pessoas ao seu redor. Assim, fica claro que para além da disponibilidade para aprender, os jovens veem um empreendedor como alguém que compartilha seu conhecimento.

“A Fundação estimula os jovens a olhar o empreendedorismo como uma forma de mudança de vida e de perspectivas de futuro, se tornando protagonistas de suas próprias vidas, realizando seus sonhos e objetivos. Os resultados da pesquisa reforçam nosso posicionamento e comprometimento com o tema”, afirma Americo Mattar, diretor-presidente da Fundação Telefônica Vivo.

Para ver a pesquisa completa, basta acessar o [site da Fundação Telefônica Vivo](#) e fazer o download gratuito do estudo. Os principais dados também ganharam um formato em vídeo, disponível no [canal da Fundação no YouTube](#).

Sobre a Fundação Telefônica Vivo

A Fundação Telefônica Vivo, responsável pelos projetos sociais da Vivo, acredita na Inovação Educativa como forma de inspirar novos caminhos para o desenvolvimento do Brasil a partir da educação. Guiada pela inovação e a disposição em contribuir para a construção de um futuro com mais oportunidades para todos, a Fundação desenvolve projetos que utilizam a tecnologia para gerar novas metodologias de ensino-aprendizagem, estimular o empreendedorismo social e o exercício da cidadania. Com atuação no Brasil desde 1999, faz parte de uma rede formada por outras 17 fundações presentes da Europa e América Latina, integrantes do Grupo Telefônica.