



RELISE

EMPREENDEDORISMO JOVEM: UM ESTUDO DAS CARACTERÍSTICAS, ASPIRAÇÕES E DIFICULDADES DOS EMPREENDEDORES JOVENS DE PARANAÍ, PARANÁ¹

Wyllian Kochi de Jesus²

Rejane Heloíse dos Santos³

RESUMO

O empreendedorismo jovem é um importante segmento do empreendedorismo, assunto que se destaca devido sua intensiva relevância para a economia nacional e para a sociedade. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar e compreender as características, aspirações e dificuldades dos jovens empreendedores da cidade de Paranaíba, Paraná. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa e descritiva, com coleta de dados primários por meio de entrevistas semiestruturadas com cinco jovens empreendedores da região, sendo realizada a análise de conteúdo. Com o resultado, observou-se que a principal motivação no empreendedorismo jovem para a abertura de seu próprio negócio consiste no descontentamento com seus empregos anteriores; a necessidade do empreendedor jovem estar sempre em busca de inovação, conhecimento e organização e a utilização das redes sociais para auxiliar os processos de suas empresas. Sobre as dificuldades verificou-se que a maior dificuldade é a financeira e a falta de conhecimento acerca das questões burocráticas relativas à abertura de uma empresa. Acerca das diferenças percebidas do empreendedorismo jovem, em comparação com o empreendedorismo em outros âmbitos, aferiu-se a facilidade com a tecnologia e inovações e a falta de experiência e falta de recursos financeiros.

Palavras-chave: empreendedorismo jovem, empreendedorismo.

ABSTRACT

Youth entrepreneurship is an important segment of entrepreneurship, a subject that stands out due to its intensive relevance to the national economy and to society. In this sense, this article aims to analyze and understand the characteristics, aspirations and difficulties of young entrepreneurs in the city of

¹ Recebido em 13/02/2020.

² Universidade Estadual do Paraná. wylliankochi@hotmail.com

³ Universidade Estadual do Paraná. rejaneheloise@hotmail.com

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 5, n. 5, p. 208-233, set-out, 2020

ISSN: 2448-2889



RELISE

209

Paranavaí, Paraná. For this, a qualitative and descriptive research was carried out, with primary data collection through semi-structured interviews with five young entrepreneurs in the region, with content analysis being carried out. With the result, it was observed that the main motivation in young entrepreneurship for opening their own business consists of discontent with their previous jobs; the need for the young entrepreneur to be always in search of innovation, knowledge and organization and the use of social networks to assist the processes of their companies. About the difficulties, it was found that the biggest difficulty is the financial one and the lack of knowledge about the bureaucratic issues related to the opening of a company. Concerning the perceived differences in youth entrepreneurship, compared to entrepreneurship in other areas, the ease with technology and innovations and the lack of experience and lack of financial resources were assessed.

Keywords: young entrepreneurship, entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

Desde Schumpeter (1982), os empreendedores são vistos como essenciais para o desenvolvimento econômico da sociedade, em busca de novas percepções de oportunidades, podendo ocasionar em vantagem competitiva, inovações e novas conquistas. Nesse sentido, para o autor, o empreendedorismo gera inovação, criando assim produtos ou serviços novos, bem como novas alternativas de oportunidades de exploração de recursos já existentes.

É crescente e significativo o aumento do interesse pelo tema do empreendedorismo no Brasil e também no mundo (PAIVA JR.; CORDEIRO, 2002; DORNELAS, 2018). Paiva Jr. e Cordeiro (2002) apontam que diante da nova realidade do mercado de trabalho, com o fenômeno do “fim do emprego” resultado do processo de globalização, *downsizing* e reengenharia desde os anos 90, novas opções de empregabilidade são buscadas, entre elas o empreendedorismo.

Dolabela (2018) afirma, sobre o empreendedorismo, que o brasileiro possui o ímpeto de ser o “dono do próprio nariz”. Os dados do Global



RELISE

210

Entrepreneurship Monitor (GEM) corroboram essa afirmação ao apontar o Brasil entre os países que mais empreende. Em 2018 a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) no Brasil foi de 38%, o que significa afirmar que dois a cada cinco brasileiros adultos são empreendedores. Logo, estima-se que 52 milhões de brasileiros lideram alguma atividade empreendedora no país, seja criando negócios ou empenhando esforços na manutenção dos já estabelecidos (GEM, 2018). No entanto, apesar dos números expressivos, existe um déficit dos empreendedores brasileiros no que diz respeito à formação e competência para empreender, uma vez que a média de brasileiros com ensino superior (mesmo tendo crescido, consideravelmente) é pequena, se comparada a outros países (GEM, 2008).

Nesse contexto, Dornelas (2018) destaca um aumento dos jovens empreendedores no Brasil, oferecido pela flexibilidade gerada em relação à carga horária no mercado de trabalho e seus reflexos nas relações sociais. O jovem busca no empreendedorismo uma alternativa de renda e emprego, possibilitando estar inserido no mercado, trabalhando para si mesmo.

No Brasil, o número de empreendedores jovens vem aumentando, em 2014 eram 3,4 milhões, já no ano de 2018 passou para 5,4 milhões de jovens. Esse número só tende a crescer a cada ano. De acordo com Dornelas (2018), o jovem empreendedor vem buscando cada vez mais espaço na sociedade, querendo abrir seu próprio negócio, deixando de ser um simples empregado e se tornando empreendedor. O aumento desta busca é causado pela grande opção de oportunidades que a tecnologia ocasiona ao mundo atual. Desse modo, o empreendedorismo jovem no Brasil vem se destacando, em decorrência do alto índice de empreendedores que estão ingressando no mercado. O empreendedorismo é essencial para a economia, visto que possibilita inovações para a sociedade, aumenta a geração de empregos e auxilia no atendimento de necessidades sociais (SOARES; MACHADO, 2005).



RELISE

211

Nesse sentido, estudos sobre empreendedorismo jovem tornam-se importantes, devido à proporção dos jovens no mercado empreendedor. Cerca de 21,2% são jovens empreendedores no Brasil, número significativo. A cada cinco empreendedores, um deles possui até 24 anos de idade. Tais números estão crescendo a cada ano (GEM, 2018). No entanto, conforme atestam Borges, Fillion e Simard (2008), apesar da participação significativa de jovens na elaboração de novos negócios e apesar de haver mecanismos para incentivá-los nesse sentido, ainda existe o problema de que pouco se conhece acerca das especificidades do jovem empreendedor e poucos autores no campo do empreendedorismo buscam analisar especificamente os jovens. Logo, o objetivo do presente trabalho é o de compreender as características, motivações e dificuldades dos jovens empreendedores na abertura do seu próprio negócio, na cidade de Paranavaí, estado do Paraná.

Para tanto, o presente trabalho encontra-se assim organizado: além da presente seção introdutória; a segunda seção consiste no referencial teórico base; a terceira seção enfatiza os métodos utilizados; a quarta seção apresenta a análise dos dados e finalmente uma quinta seção com as considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Conceito de empreendedorismo, empreendedorismo por necessidade e oportunidade

Uma das definições mais antigas sobre empreendedorismo, é a de Joseph Schumpeter (1949) que afirma que o empreendedor é aquele que altera uma ordem econômica vigente, inserindo novos produtos ou serviços, elaborando novos modelos de organização ou utilizando-se de novos recursos



RELISE

materiais. O autor também cita o empreendedor como o agenciador de inovação e mudanças e também o classifica como motor da economia.

Chiavenato (2012) afirma que o empreendedor possibilita o levantamento da economia, estimula transformações e mudanças, cria novas ideias, acarreta a geração de novos empregos e novos talentos. Do mesmo modo, Dolabela (2008) define o empreendedor como agenciador de mudanças que se sente insatisfeito com o meio em que está inserido e transforma em descobertas para si próprio e os demais ao seu redor, com o propósito de atender as necessidades dos cidadãos.

Nesse sentido, o empreendedorismo não consiste apenas em criar novos negócios, mas também inovar negócios já existentes, buscando soluções adequadas para cada caso. Dessa maneira, pode-se incluir um empreendedor nas organizações já criadas, agindo de maneira eficaz para os processos internos e contribuindo para o crescimento da organização (DORNELAS, 2012).

O planeta passou por muitas transformações em curtos períodos no século 2000, período em que a inovação teve um enorme impacto na sociedade. Várias das invenções criadas foram fruto da inovação ou de utilizar elementos já existentes no período onde ninguém havia apresentado outra visão (DORNELAS, 2018). De acordo com Dornelas (2018), essas pessoas possuem características especiais das demais, possuem visão, se arriscam, fazem diferente e empreendem. Os empreendedores portam motivações distintas, amam o que fazem, querem ser admirados e reconhecidos.

Para haver empreendedorismo, as pessoas necessitam possuir diferentes crenças e valores, alguns conseguirão identificar oportunidades para criar produtos e serviços, afirmam Shane e Venkataraman (2000). Para os autores, a concorrência no mercado de trabalho faz com que algumas consigam identificar possíveis oportunidades. Fillion (1999) afirma que existem



RELISE

diferentes pontos de vista para esclarecer o motivo pelo qual alguns indivíduos exploram tais oportunidades.

Filion (1999) e Paiva Jr. e Cordeiro (2002), nesse sentido, apontam que o pensamento sobre empreendedorismo registra três visões sobre a expansão do fenômeno: a escola dos economistas (que associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico e à inovação, ao risco, busca pelo lucro), a dos comportamentalistas (que efetivam a elaboração de perfis de personalidade empreendedora analisando as ações de executivos de grandes empresas, por exemplo) e a dos precursores da teoria dos traços de personalidade (embora não trace características fechadas ao conjunto de empreendedores, auxilia na busca pelo aperfeiçoamento de aspectos específicos para obterem sucesso) (FILION, 1999; PAIVA JR.; CORDEIRO, 2002). Assim, embora seja algo complexo considerar apenas a racionalidade na atitude dos empreendedores, como os economistas citam, também é difícil acreditar apenas na necessidade de realização do indivíduo e seu comportamento como fundamentais ao criar algo novo (FILION, 1999).

Em se tratando do conceito de empreendedor, Paiva Jr e Cordeiro (2002) explicitam que na literatura sobre empreendedorismo ainda existe muita confusão a respeito da definição do termo empreendedor. Do mesmo modo, Baron e Shane (2007) apontam que como o empreendedorismo consiste em uma área nova, não se chegou ainda a um consenso sobre tratar-se de uma área de estudo dos negócios ou uma atividade em que as pessoas se envolvem.

No entanto, Baron e Shane (2007) afirmam que qualquer definição de empreendedorismo, deve sugerir que o empreendedorismo como uma área de negócios, busca o entendimento de como surgem as oportunidades para criar algo novo, como são descobertas por pessoas específicas, que usam meios



RELISE

para explorar ou desenvolver essas coisas novas, produzindo uma ampla gama de efeitos (BARON; SHANE, 2007).

No que diz respeito à motivação para empreender, os empreendedores costumam ser separados de acordo com a existência da motivação em conquistar seu próprio negócio, para determinar se ação vem através do engajamento de uma oportunidade ou pela falta de meios necessários de ganho ou desemprego, no caso de uma necessidade. Nessa classificação, o empreendedorismo pode ser dividido em dois grupos, empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade (ANGELO, 2003; DORNELAS, 2018). Monteiro (2007) afirma que o empreendedor por necessidade se define por aquele que vem buscando meios de sobrevivência e segurança, ou seja, é motivado pela ausência de recursos necessários para suas condições básicas e de subsídios. Dessa maneira, demonstra-se que a falta de emprego tem sido proporcional à alta demanda pela busca de emprego, provocando vulnerabilidade no indivíduo, assim o motivando a criar seu próprio negócio como fonte de renda e sobrevivência (MONTEIRO, 2007). O empreendedor por necessidade, portanto, é aquele que busca por fontes de renda, abrindo um empreendimento causado pela ausência de alternativas de trabalho. Com base nesse fato é possível observar que esses empreendedores são movidos pela necessidade e devem apresentar características peculiares ao identificar oportunidades no mercado que podem ser alternativas lucrativas (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

A oportunidade surge como uma análise profunda pelo conhecimento de negócios, em que segundo Dolabela (2008), quanto mais se conhece seu espaço de atuação e suas variáveis, maior será a possibilidade de perceber uma oportunidade. Nesse sentido o autor enfatiza a importância de aproveitar as ideias para transformá-las em novos produtos ou serviços. E conclui afirmando que as oportunidades são únicas e estão em todos os lugares.



RELISE

O empreendedorismo por oportunidade vem do espírito empreendedor, que faz com que o indivíduo seja capaz de identificar as oportunidades que o rodeiam e formular ideias a partir delas. No mesmo sentido, Dolabela (2008) enfatiza que as ideias não são absolutamente oportunidades, são distintas. Pois se há uma ideia e uma oportunidade, e elas não possuem conexão, de nada valem. A oportunidade emerge de um problema não resolvido ou de uma necessidade não realizada (DOLABELA, 2008).

Dados do empreendedorismo no Brasil

Dornelas (2018) afirma que embora o termo empreendedorismo seja conhecido e referenciado há muitos anos nos Estados Unidos, a difusão do conceito no Brasil vem se intensificando nos últimos anos, sobretudo a partir do ano 2000. Para o autor, entre os aspectos que explicam o crescente interesse no assunto no país, encontra-se a preocupação em criar empresas duradouras e a redução das altas taxas de mortalidade brasileiras. Historicamente, o índice de mortalidade das empresas nacionais costumava superar os 50% nos primeiros anos de atividade, cenário que vem se alterando nos anos recentes e esse índice em outubro de 2016 já ultrapassou 76%. De acordo com Dornelas (2018, p. 15), “o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990”. Para esse autor, antes disso os ambientes político e econômico não eram favoráveis no país.

Dornelas (2018, p. 18) defende o avanço das discussões sobre empreendedorismo no Brasil. O autor afirma que “os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo”. Ainda segundo o autor, o Brasil apresenta alta taxa de empreendedores por oportunidade, chegando a uma taxa de 62%. Número muito alto se comparando a dados anteriores, porém em 2012 e 2013 foi a maior taxa já registrada no Brasil, chegando em 71%. O autor complementa que essa taxa pode ser ainda maior nos próximos



RELISE

216

anos, devido às novas reduções por parte do governo para incentivar o empreendedorismo nos cidadãos e a recuperação da economia brasileira, que torna a população mais esperançosa e motivada a investir em novos negócios (DORNELAS, 2018; GEM, 2018).

Em 2018, a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) por necessidade no Brasil foi de 37,5%. E cerca de nove milhões de brasileiros buscaram empreender como forma de renda e pela falta de oportunidade de emprego. Cada ano que passa, a taxa de empreendedores por necessidade vem aumentando consideravelmente no Brasil, os brasileiros são os que mais investem em empreendedorismo ao redor do mundo. O sonho de 33% da população brasileira é ter seu próprio negócio (GEM, 2018).

Mesmo aparentando pouca idade e experiência, os jovens vêm se destacando no mercado empreendedor, segundo Dornelas (2018). O autor afirma que os jovens empreendedores apresentam uma Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) de 21,2% expressando a maior taxa em relação aos demais empreendedores. Grande parte dos jovens no Brasil querem ter seu próprio negócio, deixando de ser apenas um funcionário nas médias e grandes empresas, buscando independência financeira e auto realização (GEM, 2018).

Dornelas (2018) relata que a Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) dos jovens apresenta 5,7%, expressando que um milhão e meio de pessoas conseguiram manter suas portas abertas por mais de 3 anos e meio. O autor cita que essa é uma taxa bastante relevante devido ao ano de 2014 e 2015 o Brasil ter passado por uma crise econômica, tornando a época um momento não propício para empreender (GEM, 2018).



RELISE

217

O empreendedorismo jovem

O empreendedorismo jovem é caracterizado pelo GEM (2017) pela faixa etária entre 18 e 34 anos, a qual será considerada como base de classificação para a presente pesquisa. Carvalho, Leão e Teixeira (2012) citam que o empreendedor jovem vem se destacando nos últimos anos, tendo uma maior participação na economia. Para os autores, os jovens buscam espaço no mercado com inovação e espírito jovem. Há jovens que optam por empreender em grupo, em que dois ou mais jovens se unem e criam um negócio em sociedade, por condições financeiras reduzidas ou falta de experiência (BORGES; FILION; SIMARD, 2008).

É desafiador para os jovens se inserirem no mercado de trabalho, tornando o empreendedorismo como um novo desafio, algo novo. O empreendedorismo para o jovem requer persistência e coragem, além de estar estimulando suas capacidades de ocupação, estará gerando empregabilidade no emprego, desenvolvimento profissional, oportunidade de ter seu próprio negócio ajudando no desenvolvimento econômico da sociedade (SOARES; MACHADO, 2005). As características pessoais dos jovens empreendedores, suas aptidões, qualidades e comportamento afetam diretamente a criação e desenvolvimento para a criação de um novo negócio (TEIXEIRA, 2011).

Principais razões e aspirações do empreendedor jovem

Para Teixeira (2011), a capacidade de empreendedorismo no jovem vai muito além de criar uma nova organização, alguns fatores como identificar uma oportunidade, potencial empreendedor, busca pela autonomia e experiência de criação tornam o processo mais satisfatório. Segundo o autor, o apoio familiar, o nível de escolaridade e as experiências vividas são recursos cruciais para o estímulo do empreendedorismo.



RELISE

O jovem não sonha em ser um mero funcionário de uma grande empresa, com uma irrelevante função dentro daquela organização. Um dos principais motivos para empreender é a realização profissional, autonomia e liberdade (CASARINI, 2015).

Do mesmo modo, diversos fatores e motivações fazem com que os jovens deixem seu antigo trabalho e abram seu próprio negócio como auto realização, independência financeira e identificação de novas oportunidades (RIBEIRO; TEIXEIRA, 2012).

Já Bernardi (2003) cita algumas razões pelos quais os jovens se sentem motivados na abertura de novos negócios, demonstrando alguns fatores pertinentes à motivação ao se incluir no campo do empreendedorismo, como na implementação de novas ideias, fuga de rotinas profissionais, maior possibilidade de renda, status, qualidade de vida e maior controle da vida pessoal.

Principais dificuldades enfrentadas pelo empreendedor jovem

Dornelas (2018) menciona que as políticas governamentais se estabelecem como principal fator de dificuldade para o jovem empreendedor, a falta de conhecimentos técnicos e gerenciais afeta diretamente ao encaminhamento da empresa ao longo dos anos. O autor postula que os aspectos ligados aos atributos e a burocracia são desconhecidos pelos jovens empreendedores, conseqüentemente as empresas tendem a fracassar nos seus primeiros anos de vida (GEM, 2018).

Grande parte dos jovens empreendedores não possui capital suficiente para iniciar seu empreendimento, afirma Dornelas (2018). A falta de apoio financeiro dificulta o caminho dos jovens para o ramo do empreendedorismo. O autor enfatiza a dificuldade de acessar recursos financeiros para projetos iniciais, ainda que os jovens não apresentem fundos concretos de garantia para



RELISE

219

tais investimentos. Casarini (2005) aponta a falta de recursos financeiros e gerenciais como principais dificuldades, além da burocracia e da corrupção presente no país. O autor ainda menciona que a luta pela corrupção é essencial para que o empreendedorismo prospere e se torne cada vez mais comum na sociedade, elevando a economia do país.

A educação empreendedora tem papel fundamental para a formação dos jovens empreendedores, segundo Dornelas (2018). Para o autor, estimular o empoderamento, certas atitudes e mentalidades podem ser utilizadas para o desenvolvimento de novas ideias e projetos. Ainda ressalta que a capacitação é essencial para o sucesso dos jovens, para alcançar mais impacto econômico e social visando o sucesso da empresa. Com o alto índice de crescimento de jovens empreendedores, foram iniciados projetos pela esfera pública e privada para trazer maior informação a esses jovens empreendedores que estão inseridos ou que querem se inserir no mercado (GEM, 2018).

As dificuldades no financiamento para iniciar um negócio podem ser uma grande barreira para os jovens iniciarem seus negócios, os estudiosos afirmam que a mais influente delas é a falta de conhecimentos técnicos necessários e capacidades gerenciais, o que pode ser resultado de uma baixa exposição precoce à educação empreendedora (MINOLA E CRIOUÇO, 2011).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se por ser de natureza qualitativa e descritiva. Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam os objetos em seu cenário natural, procurando explicar os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Nesse sentido, Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos,



RELISE

220

aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolvem.

Foram utilizados dados primários de entrevistas semiestruturadas. Segundo Minayo (1992), ao se trabalhar com a entrevista aberta ou não-estruturada, o informante possui a liberdade de abordar livremente o tema proposto, porém existe um roteiro prévio para auxiliar o entrevistador. Para o presente trabalho foram entrevistados cinco pessoas, escolhidas aleatoriamente, com idades entre 18 a 34 anos que tenham aberto algum empreendimento nessa faixa etária de idade. Buscando analisar e compreender quais são as suas principais dificuldades ao abrir um empreendimento, suas motivações, vantagens e desvantagens.

A metodologia de análise empregada foi análise de conteúdo de Bardin (1979), a qual devido seu enfoque ocorrer na comunicação verbal ou não verbal, ou seja, cartas, jornais, livros, relatos autobiográficos, gravações, entrevistas, diários, fotografias, vídeos, entre outros meios, são fontes de dados e expressam as representações sociais na qualidade de elaboração mental construídas sobre condições contextuais nas quais os emissores estão envolvidos (BARDIN, 1979). As categorias de análise aplicadas a este trabalho foram provenientes do referido quadro teórico que embasa a pesquisa. São elas: “empreendedorismo jovem”; “aspirações ou motivações para empreender”; “dificuldades relacionadas ao empreendedorismo jovem” e “diferenças com relação ao empreendedorismo tradicional”.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente estudo foi realizado na cidade de Paranaíba, no estado do Paraná, todos os entrevistados são do sexo masculino e as entrevistas foram realizadas nos meses de setembro a outubro de 2019. Os entrevistados são



RELISE

221

jovens empreendedores que abriram suas empresas com idade entre 18 a 23 anos, embora a pesquisa estivesse aberta a respondentes até os 34 anos de idade. Todas as empresas voltadas ao mercado varejista, sendo do ramo de produtos e também de serviços.

O primeiro entrevistado, denominado nessa pesquisa de Empreendedor 1, tem idade de 24 anos e 2º grau completo. A microempresa está inserida no mercado há seis anos, é do segmento de cortes de cabelos e barba, exclusivamente masculino, e possui um funcionário. Foi fundada em 2013, quando o empreendedor tinha 18 anos. A ideia da empresa veio por incentivo do pai, que já possuiu uma barbearia e existiam alguns equipamentos de corte na residência do rapaz que não estavam sendo utilizados. Por já possuir os materiais e um curso de corte de cabelo e barba, o jovem decidiu empreender no segmento em que já possuía conhecimentos.

O segundo entrevistado, denominado Empreendedor 2, com idade de 26 anos e ensino fundamental completo. A microempresa está no mercado há 5 anos, é do segmento de tatuagem e possui um funcionário. Foi fundada em 2013 quando o empreendedor possuía 20 anos. A ideia de empreender veio pelo amor a desenhar e tatuar e pela vontade de querer estar inserido no mercado da arte.

O terceiro entrevistado, denominado Empreendedor 3, com idade de 23 anos e ensino superior incompleto. A microempresa está inserida no mercado há apenas 1 mês, é do segmento de roupas exclusivamente masculinas, e possui um funcionário. Foi fundada no ano de 2019 e é composta por três sócios. A ideia da empresa veio de uma conversa entre amigos, em que o atual sócio possuía uma fábrica de camisetas já com a marca no mercado. Assim resolveram investir em uma loja física da marca na cidade.

O quarto entrevistado, denominado Empreendedor 4, com idade de 30 anos e ensino médio completo. A microempresa está no mercado há 12 anos,



RELISE

222

é do segmento de festas e eventos e possui três funcionários. Foi fundada em 2007, quando o empreendedor possuía 18 anos e é composta por 3 sócios. A ideia da empresa surgiu em uma conversa entre amigos, em que um dos sócios já possuía muitos contatos com empresários do ramo, facilitando o ingresso no mercado.

O quinto entrevistado, denominado Empreendedor 5, com idade de 69 anos e ensino médio completo. A microempresa está inserida no mercado há 51 anos, é do segmento de encadernação e impressão digital e possui 4 funcionários. Foi fundada em 1968 quando o empreendedor possuía 18 anos. A ideia da empresa surgiu devido à alta demanda de encadernação na época.

O nível de escolaridade dos empreendedores entrevistados nesse estudo é considerável, apresentando que a maioria possui ensino médio completo. Somente o Empreendedor 2 possui apenas o fundamental, já o Empreendedor 3 é o único que possui curso superior, além de ser o único que utilizou um plano de negócios antes da abertura da empresa, acarretando em um maior planejamento e conhecimento em comparação aos demais entrevistados. Neste contexto, Soares e Machado (2005) mencionam a carência de um alto nível de escolaridade, que possui grande influência na possibilidade de sucesso nos empreendedores. Essa característica limita uma possibilidade de crescimento pessoal e profissional. Porém, os autores mencionam uma pequena tendência em melhorias em relação ao aumento na formação dos jovens, especificamente em relação ao ensino superior.

Em se tratando do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, identificou-se que todos os entrevistados abriram seus negócios por oportunidade, nenhum por necessidade financeira ou por falta de renda. Isso pode demonstrar que os jovens empreendedores estão observando mais oportunidades no mercado e que o ato de empreender na juventude não está relacionado apenas a fatores como falta de renda ou emprego. Esse achado



RELISE

223

corresponde ao que foi encontrado no estudo de Filion, Borges e Simard (2008), tendo encontrado que a principal razão apontada pelos jovens empreendedores para iniciar a empresa é para tirar proveito de uma oportunidade de negócio.

Acerca da categoria de análise “empreendedorismo jovem”, questionou-se os respondentes com relação às habilidades e competências pessoais de posse de cada um deles, em que a maioria dos entrevistados relataram a necessidade de estar sempre em busca de inovação, conhecimento e organização, para serem capazes de alcançar o objetivo desejado. Os respondentes acreditam que desse modo, estarão preparados para levar com coragem e confiança seu negócio em busca do êxito empresarial. Especificamente o Empreendedor 3, além de levar como base os critérios citados, reforça também, a necessidade de ser visionário, sempre pensando no futuro da empresa. Dolabela (1999), nesse contexto, menciona que o empreendedor necessita possuir visão, precisa saber como induzir sócios, investidores e colaboradores para adotarem suas ideias. A visão do Empreendedor 3 ilustra essa questão:

Eu vi uma oportunidade no mercado em que não existia uma marca de roupas dessa marca em Paranaíba. Também notei que essa marca vendia muito suas peças de roupas e que a cidade possuía uma grande demanda, então resolvi bater um papo com o dono da marca, já que ele é meu amigo. Demonstrei a ideia em abrir uma loja física, onde a margem de contribuição seria muito alta, devido a possuir a própria fábrica. E logo na semana seguinte começamos os preparativos para construir o plano de negócio da loja.

Quando indagados sobre o fato de as competências serem adquiridas ou natas, houve uma divergência entre as respostas. A maioria afirmou que as competências são adquiridas pelo esforço e força de vontade, que essas habilidades podem ser adquiridas ao passar do tempo, todos podem ser empreendedores caso se dediquem com muito esforço. No mesmo sentido, Lautenschläger e Haase (2011) mencionam que existem aspectos das



RELISE

224

habilidades e competências empreendedoras que podem ser de fácil ensinamento e outros não. Como exemplo os autores citam as habilidades e competências como criatividade, inovação, pró-atividade, tomada de decisão e propensão ao risco. Segundo eles estes são aspectos que ainda não se encontram devidamente respaldados por métodos de ensino adequados.

No que diz respeito à razão da escolha da área de atuação, os respondentes atribuíram aspectos diferentes, como: alto crescimento desse setor do mercado; a facilidade pessoal para o empreendedorismo; a margem de contribuição e a alta demanda pelo produto no mercado. O amor pela arte e a satisfação que a sua arte provoca em seus clientes também foi uma resposta apresentada, no caso do Empreendedor 2, que por sua vez é o único que possui experiência no ramo optado, enquanto os demais não possuíam. Segundo ele:

Sempre fiz tatuagem, minha vida toda eu desenhei, amo desenhar, não me vejo fazendo outra coisa senão estar inserido no mercado da arte. Amo muito o meu trabalho, cada nova tatuagem é um novo desafio para mim, então quero passar o resto da vida podendo oferecer sorrisos e satisfação após ver o trabalho concluído (EMPREENDEDOR 2).

No que diz respeito à categoria de análise “aspirações ou motivações para empreender”, os dados demonstraram que a principal motivação para a abertura de seu próprio negócio entre os entrevistados consiste no descontentamento com seus empregos anteriores, ao qual não se adaptavam em receber ordens com as quais não concordavam ou estavam descontentes com seus salários anteriores. O sonho de possuir o próprio negócio também foi uma das razões relatadas. Porém, o Empreendedor 4 menciona que a ideia de abrir seu próprio negócio teve como base suas amizades e relacionamentos pessoais, que por sua vez, foram a causa para impulsionar a abertura do empreendimento. Vários entrevistados relataram também o convívio do empreendedorismo na vida pessoal como inspiração para empreender, os pais



RELISE

225

já possuíam empresas, logo manifestou-se vontade de ter seu próprio negócio. Esse achado corrobora o que foi encontrado em estudos realizados por Bohnenberger, Schimidt e Freitas (2007), que caracterizam a família como o fator primordial para o desenvolvimento do espírito empreendedor, relacionando indiretamente aos fatores que influenciam os jovens empreendedores. A fala do Empreendedor 1 ilustra essa questão:

Sempre cresci vendo meu pai cortando cabelo e fazendo a barba das pessoas, acredito que meu pai seja uma forte influência para seguir seus passos, podendo crescer dentro de uma barbearia com o meu nome estampado em frente do salão. Toda vida cresci com a ambição de ter algo próprio, algo que eu pudesse comandar e deixar com o meu toque, os meus gostos, fazer da maneira que imaginei.

Para McClelland (1972), são os valores e as motivações humanas que movem o indivíduo na busca da atividade empreendedora, indivíduos com elevado nível de necessidade de realização e conquista apresentam maior propensão a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma.

Ao serem questionados sobre a necessidade de preparo técnico e formação para a abertura do negócio, todos os entrevistados negaram tal questão. Contudo, convém ressaltar que apenas o Empreendedor 3 possui um curso superior e o mesmo foi único a elaborar um plano de negócios. Ele afirma:

Sempre busquei me aperfeiçoar em relações pessoais, todos os cursos e palestras que surgiam para participar lá estava eu presente. Sempre fui muito curioso, gosto muito de aprender a fazer um pouco de tudo, gosto de ser independente e buscar melhorar todos os dias tanto na vida pessoal como profissional (EMPREENDEADOR 3).

Nessa perspectiva, observa-se que os achados da presente pesquisa diferem do que foi encontrado por Filion, Borges e Simard (2008), que afirmaram que 95% dos jovens empreendedores efetivam o plano de negócios antes de iniciarem suas atividades. Porém, cabe ressaltar que os estudos apontam que a ausência do planejamento pode levar a erros durante o processo de abertura da empresa e até mesmo sua mortalidade, visto que este



RELISE

226

auxilia o empreendedor a evitar falhas futuras, definindo e descrevendo os objetivos que o empreendedor pretende alcançar (SANTOS; PINHEIRO, 2017; DORNELAS, 2016).

A maioria dos entrevistados informaram que a principal dificuldade para a abertura do negócio foi a questão financeira, em que os órgãos não oferecem apoio e recursos para empreendedores jovens, já que os mesmos não possuem capital próprio. Há também a falta de conhecimento sobre a parte burocrática na abertura do negócio e os mesmos não possuem as informações necessárias para dar início ao empreendimento. Nesse sentido, os dados do presente trabalho corroboram o que foi encontrado em estudos anteriores, em que Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) afirmam que a questão financeira é a principal dificuldade encontrada pelos jovens para dar início ao seu negócio, por se tratar da idade e não possuir experiência no mercado. Do mesmo modo, Fillion, Borges e Simard (2008) encontraram que os empreendedores jovens costumam iniciar seus negócios com aporte de capital muito menor que a média dos demais empreendedores. Estes autores também encontraram que a dificuldade de financiamentos é o principal embate enfrentado pelos jovens.

Acerca da categoria “empreendedorismo jovem”, ao serem indagados sobre o início da empresa, se tudo ocorreu da maneira que imaginaram, grande parte dos entrevistados negou tal pergunta, a questão dos lucros, por exemplo, foi a principal decepção na fundação da empresa. Porém todos os empreendedores afirmaram que receberam algum lucro logo após o primeiro mês de empresa, mesmo que mínimo, entretanto não foi o lucro que planejaram. Segundo o empreendedor 5:

No início imaginei que ganharia pelo menos um valor x, pois a empresa tinha tudo para dar certo, a alta demanda que estava na época e também a minha popularidade na cidade, pois jogo profissionalmente no time da cidade. Então só estava com pensamentos positivos em relação ao empreendimento.



RELISE

227

Nesse sentido, é possível afirmar que a execução de um plano de negócios anterior à abertura da empresa poderia ter fornecido aos empreendedores uma ideia aproximada dos lucros dos negócios ao longo do tempo, com estimativas de lucros iniciais. Logo, a referida perspectiva teórica dos autores (SANTOS; PINHEIRO, 2017; DORNELAS, 2016) acerca da importância do planejamento formal é mais uma vez corroborada, uma vez que esse planejamento poderia auxiliar os empreendedores em evitar falhas.

Um aspecto de concordância, sobre o qual todos os empreendedores jovens apontaram, consiste na utilização da Internet e mídias sociais como estratégia para atração de clientes. A maior parte dos entrevistados afirmou que seria via redes sociais o principal meio de atração e prospecção de clientes. Todavia, o Empreendedor 5, que hoje possui uma faixa etária diferente dos demais empreendedores e que fundou a empresa antes dos anos 2000, menciona que em tempos anteriores eram feitas visitas pessoalmente aos clientes, em suas devidas residências, oferecendo uma maior atenção aos seus clientes. Nesse sentido, Teixeira, Andreassi e Bomfim (2018) discorrem que as redes sociais são muito eficazes em auxiliar empreendedores de novos negócios, uma vez que consistem em um ativo crucial para os empreendedores mobilizarem sua rede de relações pessoais a fim de buscar atender suas necessidades de recursos físicos, informação, suporte emocional, capital, contatos de negócios.

Após serem questionados sobre a diferenciação de sua empresa com as demais do mesmo segmento, pensando no quesito empreendedorismo e inovação, o baixo custo foi a principal diferença. Ponderando que o preço e a qualidade ainda são os principais critérios para serem o diferencial de uma empresa para outra. O Empreendedor 3 cita:

A nossa empresa trabalha com um custo fixo muito baixo, podendo obter uma margem de lucro muito alta sem que o produto perca totalmente seu preço. Nossa fabricação própria nos permite poder



RELISE

228

modelar as roupas da maneira que imaginamos, não precisando ter autorização de terceiros para fazer o produto.

Sobre as dificuldades, a minoria afirmou não existir tantas dificuldades na empresa após estar há um ano ingressada no mercado. O Empreendedor 2 cita que as principais dificuldades são em meses em que o comércio geralmente fica em baixa, como nos três primeiros meses do ano devido a alta quantidade de viagens que os clientes realizam e o carnaval.

Geralmente nos meses de janeiro onde as pessoas vão viajar, fevereiro onde ainda estão em época de férias, as pessoas viajam e acabam gastando. E deixam de consumir meus serviços que não é tão barato. E em época de frio, ninguém gosta de tatuar porque já sabe que dói, ainda no frio vai doer mais ainda.

Quando questionados sobre como imaginam a empresa daqui dois anos, todos os empreendedores afirmaram que imaginariam o crescimento da empresa, sempre com mais funcionários e com uma maior estrutura.

Acerca da categoria de análise “diferenças com relação ao empreendedorismo tradicional” foram questionados sobre as vantagens e desvantagens em serem empreendedores jovens em relação aos empreendedores mais velhos. Os empreendedores afirmaram que a disposição, a facilidade no convívio com a tecnologia e possuírem maiores facilidades em aderir inovações e tendências, serem mais criativos são as principais vantagens. E por outro lado, a falta de experiência e não possuir recursos financeiros são as principais desvantagens, confirmando os achados de pesquisas anteriores (SOARES; MACHADO, 2005; FILION; BORGES; SIMARD, 2008).

Finalmente, ao serem indagados sobre dar um conselho aos jovens empreendedores que gostariam de empreender, a maioria dos empreendedores asseguraram que devem sempre trabalhar duro, manter sempre os pés no chão, dar um passo de cada vez.



RELISE

229

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da coleta de dados empreendida, torna-se possível confirmar que os objetivos propostos neste trabalho foram alcançados, de compreender as características, motivações e dificuldades dos jovens empreendedores na abertura do seu próprio negócio, na cidade de Paranaíba, estado do Paraná.

No que diz respeito às características do empreendedorismo jovem dos entrevistados da presente pesquisa, encontrou-se características semelhantes relativas à necessidade de estar sempre em busca de inovação, conhecimento e organização. Todos acreditam que as habilidades empreendedoras podem ser adquiridas ao longo do tempo. É também unânime a utilização da Internet e mídias sociais como estratégia para atração de clientes. Identificou-se que as redes sociais são o principal meio de atração e prospecção de clientes para esses empreendedores.

Encontrou-se também que a grande maioria dos empreendedores jovens entrevistados não formalizou um plano de negócios antes de iniciar o empreendimento e não foi em busca de preparo técnico para exercer sua atividade. Nesse sentido e que pode estar relacionado à ausência do plano de negócios, a principal divergência percebida pelos empreendedores foi com relação aos lucros dos negócios, os quais possuíam expectativas de lucros maiores na abertura da empresa.

Sobre o empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, a pesquisa evidenciou que todos os entrevistados abriram seu negócio próprio por oportunidade, por identificar uma possível oportunidade do mercado, nenhum deles tendo empreendido por necessidade. Sobre as aspirações e motivações empreendedoras, identificou-se que os empreendedores analisados foram influenciados pelos familiares próximos que mantinham uma cultura de empreendedorismo e também por insatisfação com o mercado de trabalho na experiência vivida em seus empregos anteriores.



RELISE

230

Sobre as dificuldades relacionadas ao empreendedorismo jovem, verificou-se que a maior dificuldade é a financeira e a falta de conhecimento acerca das questões burocráticas relativas à abertura de uma empresa. Sobre essa segunda questão, pode-se afirmar que se relaciona a referida ausência de busca por capacitação relatada pelos empreendedores jovens.

Acerca das diferenças percebidas no empreendedorismo jovem, em comparação com o empreendedorismo em outros âmbitos, aferiu-se que a facilidade com a tecnologia e inovações e tendências são as principais vantagens. E por outro lado, a falta de experiência e falta de recursos financeiros são as principais desvantagens, confirmando os achados de pesquisas anteriores.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Vivenciadas em Histórias de Vida**. Goiânia, 2014.

ÂNGELO, E. B. **Empreendedor Cooperativo: a nova postura de quem faz a diferença**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 250p.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 1979.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. **A Influência da Família na Formação Empreendedora**. Anais do XXXI ENANPAD, Rio de Janeiro, 2007.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. **Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas**. RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online). São Paulo, v. 9, n. 8, p. 39-63, 2008.



RELISE

231

CARVALHAL, F.; LEÃO, A.; TEIXEIRA, R. M. **Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe.** In: Revista pensamento contemporâneo em Administração (RPCA), v.6, n.4, p. 124-143. São Paulo, 2012.

CASARINI, E. **A importância dos jovens empreendedores para o Brasil voltar a crescer.** Revista Exame. 2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/rede-deblogs/espírito-empendedor/2015/07/01/a-importancia-dos-jovens-empendedoros-para-obrasil-voltar-a-crescer/>. Acesso em: 20/03/2019.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4. Ed. Barueri, 2012.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa.** In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens.* 2. ed.p. 15-41. Porto Alegre, 2006.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** Rio de Janeiro, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 4. Ed. Rio de Janeiro, 2012.

DORNELAS, J, C, A. **Empreendedorismo para visionários.** Rio de Janeiro, 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Planos de negócios que dão certo.** Rio de Janeiro, 2008.

FILION, L. J. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios.** Revista de Administração de Empresas, v.39, no.4,p. 6-20. São Paulo, 1999.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração. São Paulo, 1999.

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor.** 2014. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20sebrae/estudos%20e%20pesquisas/gem%202014_relato%20rio%20executivo.pdf >. Acesso em 21/03/2019.



RELISE

232

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor**. 2015. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRINUS/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$file/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRINUS/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$file/5904.pdf)>. Acesso em 20/03/2019.

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor**. 2018. Disponível em <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em 05/03/2019.

Lautenschlager, A., Haase, H. **The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities**. Journal of Entrepreneurship Education, 2011.

McClelland, D. C. **A sociedade competitiva: expressão e cultura**. Rio de Janeiro, 1972.

MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo, 1992.

MINOLA, L. C. T.; CRIOUÇO, G. **Youth Entrepreneurship: Proposal of an assessment scheme for policy Initiatives**. Disponível em <http://icsb.org/assets/icsbgw_criococassia_fullpaper.pdf> Acesso em 20/08/2019.

MONTEIRO, B. G., BARTHOLO JUNIOR, R. S., LANGENBACH, M. L., GONÇALVES, M. V., SILVA, A. L., MARQUES, T.D. **A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade**. Foz do Iguaçu, 2007.

PAIVA JR, F. G.; CORDEIRO, A. T. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira**. Salvador, 2002.

RIBEIRO, T. M.; TEIXEIRA, R. M. **A criação de negócios por empreendedores jovens: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Sergipe, 2012.

SANTOS; PINHEIRO. **O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso**. Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, v. 5. n. 8, 2017.



RELISE

233

SARKAR, S. **O empreendedor inovador**: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Abril Cultural, 1982.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a Field of research**. Academy of Management Review, v.25, n.1, 2000.

SEBRAE. **Como medir a qualidade e a produtividade da empresa**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Como-medir-a-qualidade-e-a-produtividade-da-empresa>>. Acesso em 20/03/2019.

SOARES, M. A. F.; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Jovens empreendedores**: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. In: EGEPE – encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Curitiba, 2005.

TEIXEIRA, R. M.; ANDREASSI, T.; BOMFIM, L. C. S. **Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v. 12, n. 1. São Paulo, 2018.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F; **Motivações para o empreendedorismo**: necessidade versus oportunidade? Revista de Administração contemporânea. Curitiba, 2014.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro, 2006.