



RELISE
**EMPREENDEDORISMO JOVEM: MOTIVAÇÕES, DIFICULDADES E
PARTICULARIDADES¹**

*YOUTH ENTREPRENEURSHIP: MOTIVATIONS, DIFFICULTIES AND
PARTICULARITIES*

Tatiane Lopes dos Reis²

Rejane Heloise dos Santos³

RESUMO

O empreendedorismo jovem é um importante segmento do empreendedorismo. Pesquisas indicam que o número de empreendedores está aumentando significativamente. Apesar do alto índice de atuação dos jovens nos negócios, ainda se sabe pouco sobre suas particularidades. Logo, o objetivo do presente trabalho consiste em discutir as particularidades relacionadas ao empreendedorismo jovem, suas motivações, dificuldades e similaridades com os demais empreendedores. A metodologia utilizada na presente pesquisa é de natureza qualitativa, por meio de entrevistas semiestruturadas com quatro jovens empreendedores da cidade de Marilena, estado do Paraná, os quais foram escolhidos mediante ao conceito de GEM (2017) considerado empreendedor jovem na faixa etária de 18 a 34 anos de idade, atuando em diferentes ramos de negócio, enquadrados na natureza jurídica Microempreendedor Individual (MEI). Desse modo, encontrou-se que entre as motivações para que o jovem decida abrir seu próprio negócio está, principalmente, a busca pela realização pessoal e independência. As dificuldades principais consistem na falta de recursos financeiros necessários, na importância da realização de um planejamento adequado antes de abrir o negócio e na não realização desse planejamento. No que se refere às similaridades, o perfil do jovem empreendedor corresponde ao perfil dos empreendedores de outras idades pelo sentimento de luta e garra por seus objetivos, mas diferencia-se quanto à inexperiência, principal dificuldade enfrentada pelo jovem empreendedor em relação aos outros empreendedores.

¹ Recebido em 03/03/2020. Aprovado em 31/03/2020.

² Universidade Estadual do Paraná. tatiane.lopes1414@gmail.com

³ Universidade Estadual do Paraná. rejaneheloise@hotmail.com



RELISE

37

Palavras-chave: empreendedorismo jovem, empreendedorismo, microempreendedor individual.

ABSTRACT

Youth entrepreneurship is an important segment of entrepreneurship. Research indicates that the number of entrepreneurs is increasing significantly. Despite the high performance of young people in business, little is known about their particularities. Therefore, the objective of the present work is to discuss the particularities related to young entrepreneurship, its motivations, difficulties and similarities with other entrepreneurs. The methodology used in this research is of a qualitative nature, through semi-structured interviews with four young entrepreneurs from the city of Marilena, state of Paraná, from which they were chosen through the concept of GEM (2017) considered young entrepreneur in the age group of 18 to 34 years old, working in different lines of business, framed in the individual microentrepreneur (MEI) legal nature. Thus, it was found that among the motivations for young people to decide to open their own business is mainly the search for personal fulfillment and independence. The main difficulties are the lack of necessary financial resources, the importance of carrying out adequate planning before opening the business and the failure to carry out this planning. With regard to similarities, the profile of the young entrepreneur corresponds with the profile of other entrepreneurs due to the feeling of struggle and determination for their goals, but differs in terms of inexperience, the main difficulty faced by the young entrepreneur in relation to other entrepreneurs.

Keywords: youth entrepreneurship, entrepreneurship, individual microentrepreneur.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo jovem tem obtido cada vez mais importância no Brasil e no mundo. Segundo os dados do relatório GEM (2017), referente ao ano 2017, nesse ano os jovens foram os mais atuantes na criação de novos negócios, uma vez que 30,5% dos brasileiros na faixa etária dos 25 aos 34 anos seriam proprietários e administradores do seu próprio negócio, bem como 20,3% dos jovens de 18 a 24 anos. Esses dados, denotam haver mais de 5 milhões de jovens empreendedores (na faixa etária dos 18 aos 34 anos) no país (GEM, 2017).



RELISE

38

Outro fator que tem sido observado no Brasil é a taxa de desemprego. Dados do mercado de trabalho divulgados em 2018, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) demonstram que, entre os trabalhadores na faixa etária dos 18 aos 24 anos, a taxa de desemprego é de 26,6%, índice de mais que o dobro da taxa da população em geral, de 12,4% (IBGE, 2018). Sendo assim, para Borges, Filion e Simard (2008), o incentivo ao empreendedorismo juvenil está sendo adotado como uma das estratégias dos agentes públicos para reduzir o desemprego entre os jovens no mercado de trabalho. Na visão desses autores, no futuro a maioria dos jovens deverá optar por ter seu próprio negócio.

Logo, o empreendedorismo jovem vem recebendo um grande incentivo a fim de reduzir o desemprego entre jovens. Exemplos dessas ações desenvolvidas no país podem ser: a criação, pelo Ministério do Trabalho e Emprego em 2004, do programa “Jovem Empreendedor”, com o objetivo de criar oportunidades de trabalho e renda para jovens entre 18 e 24 anos (BORGES; FILION, SIMARD, 2008). Também a elaboração do Plano Nacional de Empreendedorismo e Startup para a Juventude (BRASIL, 2018).

No entanto, mesmo com a participação significativa dos jovens na criação de empresas e apesar dos mecanismos criados para subsidiá-los, pouco se conhece sobre as especificidades do jovem empreendedor (BORGES; FILION, SIMARD, 2008; BULGACOV *et al.*, 2011). Nesse sentido, torna-se importante analisar tais aspectos, relacionados ao jovem e à criação do seu próprio negócio, das diferenças e similaridades em relação aos outros empreendedores mais velhos e as dificuldades encontradas por eles. Logo, o objetivo do presente trabalho consiste em discutir as particularidades relacionadas ao empreendedorismo jovem, suas motivações, dificuldades e similaridades com os demais empreendedores.



RELISE

39

Buscando atingir tal objetivo, a presente pesquisa está dividida em seções, sendo que em um primeiro momento abordará o quadro teórico de referência, apresentando o conceito de empreendedorismo, sua importância, o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, bem como aspectos relacionados ao empreendedorismo jovem. Subsequentemente os procedimentos metodológicos, a análise de resultados obtidos e por fim as considerações finais acerca dos resultados encontrados.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo: conceito e importância

Dornelas (2018) afirma que o conceito de empreendedorismo ainda é um assunto amplamente debatido na literatura, apresentando ainda, muitos aspectos divergentes e ainda distantes de um consenso. A definição de empreendedorismo, na visão desse autor, pode ser compreendida como a conexão de pessoas com processos que desenvolvem a transformação de ideias em oportunidades, podendo resultar a criação de negócio de sucesso, se as ideias forem corretamente implementadas.

Para Shane e Venkatamaran (2000) e Baron e Shane (2007), apesar da complexidade no que diz respeito às definições empreendedoras, o conceito de empreendedorismo deve relacionar-se a:

entender como surgem as oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes); como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos que, a seguir, usam meios diversos para explorar ou desenvolver essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de efeitos (BARON; SHANE, 2007, p. 6).

Logo, na visão desses autores, esse criar algo novo pode ser novos produtos ou serviços, novos mercados, novas formas de fazer as mesmas



RELISE

40

coisas. Em essência, o empreendedorismo propõe a criação ou a constatação de uma aplicação comercial para algo novo. A nova aplicação comercial pode possuir diferentes maneiras, como criar uma nova tecnologia, produto ou serviço ou elaborar uma nova ideia não é suficiente por si só. Nesse sentido, muitas invenções não se tornam produtos reais pelo motivo de não oferecerem vantagens comerciais (ou porque ninguém imagina como serão comercializadas), não podendo, dessa maneira, servir de suporte para uma nova empresa produtiva. Desse modo, o empreendedorismo surge do encontro entre o que poderia ser chamado de “inspirado” e o “mundano”, identificando oportunidades para coisas novas que as pessoas irão querer ter ou usar, adotando-se critérios enérgicos para transformar essas oportunidades em negócios viáveis e lucrativos (BARON; SHANE, 2007, p. 6).

Dentre vários conceitos apresentados pelos autores sobre empreendedorismo, destaca-se o adotado pelo GEM (2008), em que o empreendedorismo é visto como uma tentativa de criar um novo negócio ou novo empreendimento. Logo, seriam exemplos a atividade autônoma, uma nova empresa ou a busca pelo desenvolvimento de uma empresa já existente, seja por um indivíduo ou por empresas estabelecidas. Dessa forma, é possível afirmar que o empreendedorismo é um conceito dinâmico no qual o empreendedor surge quando novas situações aparecem, quando é preciso tomar novas decisões, novos rumos, visando a melhoria e incremento da competitividade de seu negócio.

Diante das definições apresentadas pelos autores, Dornelas (2018) ressalta que não há uma definição institucionalizada, fruto de um consenso, mas destaca que o empreendedor do próprio negócio é aquele que tem uma visão ampla para identificar oportunidades e criar um negócio para capitalizar sobre elas, assumindo riscos calculados. Para o autor, em qualquer definição sobre empreendedorismo encontram-se as três características predominantes



RELISE

41

do empreendedor: 1) Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) Utilização dos recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico no qual vive; 3) Aceitação por assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Logo, a supracitada visão de Dornelas (2018) acerca do conceito de empreendedorismo nos permite afirmar que o processo empreendedor inclui todas as aplicações, atividades e ações ligadas à criação de novas empresas, novos produtos, novas formas de organização. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o surgimento de coisas novas, que envolvam valor. Em segundo, pode-se afirmar a necessidade de devoção, envolvimento, criatividade e esforço para fazer com que a empresa se desenvolva. Em terceiro, pode-se afirmar sobre a necessidade de se ter coragem para enfrentar riscos calculados e assumi-los, decisões críticas a serem tomadas, ousadia e animo apesar dos erros e falhas que surgem.

Desde Schumpeter (1997), o empreendedorismo tem sido atrelado à uma destruição da ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais. Para o autor, sem o uso da inovação não há empreendedores, assim como sem investimentos não há retorno de capital e o capitalismo não se impulsiona, pois um relaciona-se com o outro.

Para Baron e Shane (2007), no mesmo sentido, o empreendedorismo está intimamente ligado às outras disciplinas e ao desenvolvimento econômico do país, à criação de novos negócios e a atitude das pessoas em investirem no meio empreendedor colabora com o desenvolvimento econômico do país e reduz a taxa de mortalidade das pequenas empresas e o desemprego.

Dornelas (2018) explicita que o empreendedorismo se tornou um assunto muito comentado no Brasil e no mundo por alguns motivos, como a



RELISE

42

preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos. Estas seriam as causas para a popularidade do termo “empreendedorismo”, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque, nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado (DORNELAS, 2018). Para Dornelas (2018, p.10),

a chamada nova economia, na era da Internet, das startups e das redes sociais, tem mostrado que boas ideias inovadoras, *know-how*, um bom planejamento (ou modelos de negócio que se mostrem viáveis ao conquistar clientes/usuários) e, principalmente, uma equipe competente e motivada são ingredientes poderosos que, quando somados no momento adequado, acrescidos do combustível indispensável à criação de novos negócios - o capital-, podem gerar negócios grandiosos em curto espaço de tempo.

O contexto atual, segundo Dornelas (2018), é favorável ao aumento do número de empreendedores, desse modo, a capacitação daqueles que querem empreender está se tornando algo priorizado em muitos países, visto que a preocupação nas escolas e universidades em criar cursos e matérias relacionadas ao empreendedorismo está cada vez maior.

No mesmo sentido verifica-se que as pesquisas relacionadas ao empreendedorismo estão se ampliando e ramificando-se em outros segmentos como: empreendedorismo feminino, indígena, empreendedorismo em comunidades rurais, em comunidades de pescadores, empreendedorismo entre portadores de necessidades especiais, empreendedorismo homossexual, empreendedorismo entre afrodescendentes, empreendedorismo entre latino-americanos de segunda geração, dentre outros (NOVAES; GIL, 2009).

Empreendedorismo por necessidade e oportunidade



RELISE

De acordo com Dornelas (2018), no Brasil há muitos empreendedores que decidem abrir seu negócio ou expandir algo já existente por falta de alternativas relacionadas à própria subsistência, possuindo como principal motivo a necessidade então de investir em um negócio. Esse é o empreendedorismo por necessidade. Para esse autor, a falta de acesso a oportunidades de trabalho formal como empregado, bem como a falta de habilidades e capacitação limitam as pessoas a conseguirem um emprego fixo, tornando necessário que procurem por outras alternativas para suprir as necessidades de sobrevivência.

Na visão de Dornelas (2018), por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade surge por meio de fatores que motivam a criação do seu próprio negócio, a decisão deliberada e/ou planejada; uma possível ideia, descoberta ou inovação, um convite de outras pessoas para um projeto diferente que faz com que o empreendedor decida investir no negócio; uma busca por ganhos financeiros e realizações pessoais; o desejo de autonomia; o ganho de um recurso inesperado, herança; um projeto pós-carreira, missão de vida. Essas situações tendem a acontecer após a formatura da faculdade ou em momentos importantes da vida adulta (DORNELAS, 2018).

Dolabela (2008), no mesmo sentido, afirma que quando existe uma oportunidade e uma ideia, elas andam juntas e se completam, ou seja, a oportunidade surge de uma necessidade não suprida, ou um problema que não foi resolvido, a partir da oportunidade o empreendedor tenta colocar em prática a sua ideia. Nesse sentido, pode-se observar as necessidades dos clientes em adquirir determinado produto ou serviço, assim surge uma oportunidade e a ideia de criar um negócio visando atender essas necessidades. Dornelas (2018) ressalta a importância de então aproveitar as ideias que aparecem, pois estas costumam ser únicas, de forma que, quando transformadas em produtos



RELISE

44

ou serviços trazem um aspecto positivo para o desenvolvimento da organização, visando uma melhoria no progresso da economia do país.

Em se tratando dos dados estatísticos acerca da atividade empreendedora, a pesquisa realizada pelo GEM (2017) analisa a taxa de empreendedores entre 18 a 64 anos no país, visto que 36,4% da população são empreendedores. Ou seja, a cada 100 brasileiros e brasileiras, 36 deles estão dirigindo uma atividade empreendedora e em números totais isso concebe quase 50 milhões o contingente de pessoas que realizaram a criação de algum negócio.

No que diz respeito ao empreendedorismo por oportunidade e necessidade, a pesquisa executada pelo GEM referente o ano de 2017 (GEM, 2017) aponta uma pequena variação em comparação ao ano anterior, pois em 2016 para cada empreendedor por necessidade havia 1,4 empreendedores por oportunidade, já em 2017 esse número foi 1,5, ou seja, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. A pesquisa do grupo GEM (2018), por sua vez, já apontou o crescimento da taxa de empreendedorismo por necessidade em relação a 2017. Assim, pode se observar o pequeno aumento em relação a empreendedores por oportunidade e por necessidade, quando se confronta com o ano anterior. Em 2017, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,5 empreendedores por oportunidade. Em 2018, essa relação chega a 1,6. Isso significa que de acordo com as pesquisas realizadas pelo GEM a partir do ano 2016 a 2018 a taxa de empreendedorismo por oportunidade tem crescido em relação a empreendedores por necessidade.

O empreendedorismo jovem, motivações e dificuldades



RELISE

45

De acordo com os dados do GEM (2017) supracitados, identifica-se que o Brasil possui muitos jovens envolvidos em atividades empreendedoras. Os dados de 2018 (GEM, 2018), no mesmo sentido, apontam que cerca de 1,5 milhões de pessoas que empreenderam cedo (18 aos 24 anos) conseguiram manter seus negócios por mais de 3 anos e meio. Assim, para o presente trabalho o jovem empreendedor será considerado na perspectiva do GEM (2011; 2017; 2018) correspondendo à faixa etária dos 18 aos 34 anos de idade.

Dornelas (2018) observa que há pouco mais de 20 anos, era considerado loucura um jovem recém-formado aventurar-se na criação de um negócio próprio, pois os empregos em empresas nacionais e multinacionais, além dos cargos públicos, costumavam ser atrativos, com bons salários, status elevado e possibilidades de crescimento. Logo, os cursos de administração eram voltados à formação de profissionais para atuar nessas empresas. No entanto, esse cenário mudou e o empreendedorismo precisou ser inserido na educação brasileira em todos os níveis (DORNELAS, 2018).

Em concordância, os dados da pesquisa Juventude Conectada (FUNDAÇÃO TELEFÔNICA, 2014) apontam que o interesse do jovem brasileiro em empreender em um negócio próprio pode ser considerado um fenômeno recente, tendo surgido a partir do final da primeira década desse século. A percepção do empreendedorismo pelos jovens se relaciona muito à independência e autonomia, porém estes estão cada vez mais conscientes de que não existe facilidade ou garantia de lucros na atividade empreendedora (44% acreditam que empreender não é a forma mais fácil de se obter dinheiro). Ainda segundo essa pesquisa, identifica-se que os jovens visualizam a atividade empreendedora como propósito de vida ou realização pessoal. Para 55% deles empreender relaciona-se à capacidade de colocar em prática os seus sonhos e para 64% o empreendedorismo é mais do que ter um negócio,



RELISE

pois relaciona-se às características pessoais de atitude, iniciativa e criatividade (FUNDAÇÃO TELEFÔNICA, 2014; 2019).

Em se tratando do empreendedorismo por oportunidade e necessidade, Bulgacov *et al.* (2011) afirmam que o número de empreendedores jovens que empreendem por necessidade totaliza 28% no Brasil, obtendo uma renda salarial de três salários mínimos e um nível de escolaridade de cinco a onze anos. Já aqueles que empreendem por oportunidade correspondem a 29%. Nesse sentido, é visto que há uma pequena diferença entre as taxas apresentadas. O jovem empreendedor por oportunidade diferencia-se, pois possui uma renda maior que pode chegar a três salários mínimos e um grau de escolaridade em que 25% deles está cursando ou já concluiu o ensino superior. Entretanto, os empreendedores por oportunidade começam seus negócios com práticas já especializadas, em razão de seu maior nível de capacidade e renda e sua atuação é maior em serviços dirigidos a empresas, que por sua vez exigem maior qualificação e formação (BULGACOV *et al.*, 2011).

Para Bulgacov *et al.* (2011), a crescente participação do jovem empreendedor é um dos aspectos gerados pela flexibilização do mercado de trabalho e de seus reflexos nas relações sociais. Não se pode considerar, como visto, o jovem empreendedor como um grupo homogêneo. Pelo menos, identificam-se dois grupos de jovens que desenvolvem atividades empreendedoras. De um lado, os jovens que saem da escola antes de terminar o ensino médio e que começam a trabalhar precocemente, e, de outro, os jovens que terminam cursos superiores e que buscam iniciar sua atividade para obter maior independência ou aumento de renda; são os que poderiam se aproximar dos empreendedores (BULGACOV *et al.*, 2011).

Em se tratando das motivações que levam o jovem a empreender, a literatura aponta aspirações diferentes. Motta e Trevisan (2003) apontam a



RELISE

47

realização pessoal como motivação para os jovens criarem seu próprio negócio. Para Borges, Filion e Simard (2008), a principal razão relatada pelos jovens é aproveitar uma oportunidade de negócio. De acordo com Ribeiro e Teixeira (2012), os jovens percebem a oportunidade de mercado, mas a realização pessoal também influencia na decisão.

Ribeiro e Teixeira (2012) identificaram que a busca pela independência é um fator que influencia na decisão do jovem em ter um empreendimento, sendo comum a vontade do jovem em não querer depender mais dos pais, na maioria das vezes, demonstrando assim que estes procuram tomar suas próprias decisões, sem que alguém esteja limitando suas escolhas. Outro fator predominante é o desemprego, os jovens perdem o emprego e não conseguem outro de imediato, assim, preferem buscar por outra alternativa, criando seu próprio negócio (RIBEIRO; TEIXEIRA, 2012).

Carvalho, Leão e Teixeira (2012), ao elaborarem uma pesquisa relacionada às motivações que levam o jovem a decidir criar seu próprio negócio, ressaltam que a exploração de oportunidades se mostra a motivação mais incontestável. O fato de explorar uma oportunidade concebe uma motivação para que os jovens invistam no seu empreendimento. Outro fator que pode ser constatado nas pesquisas supracitadas são dificuldades como falta de recursos financeiros e falta de experiência profissional, acarretando insegurança ao assumir os riscos futuros.

De acordo com Silva, Crespo e Gil (2017), o que motiva os jovens empreendedores a criarem seu próprio negócio é o interesse em ganhar dinheiro, ser independente e o sonho de ter sua própria empresa. Os jovens veem isso como uma forma de realização pessoal, na busca por recursos que os levam também à realização de outros objetivos futuros. Os fatores socioeconômicos também influenciam os jovens a realizarem esse tipo de investimento na carreira profissional, como ser o filho mais velho, ter formação



RELISE

universitária e ter trabalhado em uma empresa com mais de 100 funcionários, por exemplo, faz com que o futuro empreendedor crie uma visão mais ampla sobre o mercado e tenha vontade de ter seu próprio negócio (SILVA; CRESPO; GIL, 2017).

Em se tratando das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores jovens, a literatura afirma que esse segmento do empreendedorismo, apresenta a mesma perspectiva de dificuldades de definição e delimitação da área geral (FILION, 1999). Nesse contexto, Soares e Machado (2005) observaram em sua pesquisa, que além de limitações financeiras, existem outras dificuldades enfrentadas pelos jovens empreendedores, como a falta de mão de obra qualificada, falta de experiência e concorrência desleal. Em algumas situações, também apareceram dificuldades no estágio inicial durante a administração do negócio, o fato de acompanhar o crescimento do negócio de forma rápida, faz com que os empreendedores se sintam confusos na hora de lidar com a imagem da empresa diante dos consumidores (SOARES; MACHADO, 2005).

Borges, Filion e Simard (2008) identificaram que os jovens empreendedores possuem dificuldades em elaborar um plano de negócio e não possuem disponibilidade em recursos financeiros, ressaltando que, segundo os autores supracitados esses obstáculos surgem devido ao pouco tempo de vivência, dificultando a formação de experiência e de capital financeiro.

Para Capaldo e Fontes (1999), a falta de habilidade ou experiência prévia pode limitar o desenvolvimento do trabalho de jovens como empreendedores, contudo, muitos países estão implantando programas nacionais, com o intuito de incentivar a criação de empresas por jovens.

Segundo Soares e Machado (2005), o maior problema dos jovens relaciona-se à inexperiência, visto que muitos possuem formação, porém não tendo trabalhado, não possuem experiência prática e podem acabar



RELISE

49

acreditando que a realidade irá ocorrer conforme estudaram teoricamente. Logo, quando é para colocar algo em prática possuem dificuldade, denotando a importância de uma atividade mínima de estágio durante o período de formação, para assim desenvolverem um olhar mais funcional.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa qualitativa, segundo Godoy (1995), não visa mensurar os dados e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise de dados. Para Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa é uma atividade que identifica o observador ao mundo, é um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão maior visibilidade ao mundo. Essas práticas fazem com que o mundo seja transformado em representações, notas de campo, entrevistas, conversas, fotografias, gravações e lembretes. Assim, na pesquisa qualitativa os pesquisadores estudam coisas em cenários naturais, tentando compreender e interpretar os fenômenos que as pessoas a eles conferem.

A pesquisa qualitativa no presente trabalho também é descritiva, em que segundo Triviños (1987), as descrições dos fenômenos estão introduzidas dos significados do ambiente. Desta maneira, a interpretação dos dados se dá como a totalidade de uma investigação que tem como foco a consciência de um fenômeno em um cenário. Em função disso, não é vazia, mas é coerente, lógica e consistente.

A obtenção dos dados para a presente pesquisa foi feita por meio de dados primários, obtidos em entrevistas semiestruturadas. As entrevistas semiestruturadas, para Minayo (2009), tratam-se de perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado pode discorrer sobre o assunto, sem se prender a uma pergunta planejada, sendo que o entrevistador tem a possibilidade de



RELISE

50

fazer mais indagações durante as entrevistas caso a resposta do entrevistado não tenha ficado inteiramente compreendida.

Foram entrevistados quatro empreendedores, entre 30 de junho a 30 de agosto na cidade de Marilena, estado do Paraná, os quais foram escolhidos mediante ao conceito de GEM (2017) de se enquadrarem na idade considerada ao empreendedor jovem de 18 a 34 anos, além da natureza jurídica da empresa ser concernente ao MEI. Conforme evidenciado no Quadro 1 a seguir, os participantes serão referenciados como entrevistado A, entrevistado B, entrevistado C e entrevistado D.

Foi utilizada a análise de conteúdo de Bardin (1979), que se fundamenta em um conjunto de métodos de análise das comunicações, não se tratando de um mecanismo, mas de um leque de ferramentas, ou, com maior precisão, um único instrumento, porém com grande diversidade de maneiras e adaptável a um campo de execução muito vasto: as comunicações. Para Moraes (1999), a análise de conteúdo integra uma metodologia de pesquisa usada para descrever e compreender o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, transferindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a interpretar as mensagens e compreender seus significados em um nível que vai além de uma análise comum.

Ainda na perspectiva de Moraes (1999), o autor enfatiza que essa metodologia de pesquisa constitui uma busca teórica e prática, com um sentido singular no campo das investigações sociais. Compõe-se em algo mais que um simples método de análise de dados, caracterizando uma abordagem metodológica com peculiaridades e possibilidades próprias.

Alguns autores apresentam diversos levantamentos do processo da análise de conteúdo. No presente texto é estruturada através de cinco etapas apresentadas pelo autor supracitado: 1 - Preparação das informações; 2 -



RELISE

Unitarização ou transformação do conteúdo em unidades; 3 - Categorização ou classificação das unidades em categorias; 4 - Descrição; 5 - Interpretação.

Segundo Bardin (1979), a categorização é uma atividade de classificação de elementos distintivos de um grupo, por diferenciação e por reagrupamento segundo a categoria, com os padrões antecipadamente determinados. As categorias são questões ou classes, as quais reúnem um conjunto de aspectos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos.

Para o presente trabalho foram elaboradas categorias de análise, que referem-se a: “motivações e aspirações para empreender”; “dificuldades enfrentadas pelos empreendedores jovens” e “empreendedorismo por oportunidade e necessidade”, que serão analisadas a fim de se chegar aos apontamentos finais.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após as entrevistas realizadas, com quatro jovens empreendedores, conforme ilustrado no Quadro 1, identifica-se que a idade atual dos entrevistados está entre 28 e 31 anos de idade e a idade no momento de abertura da empresa vai de 16 a 30 anos. Os participantes possuem negócios há 2, 3, 4 e 12 anos, tratando-se de empreendimentos em ramos diferentes, porém todas as empresas enquadram-se na forma jurídica de Microempreendedor Individual.

Uma vez que todos os empreendedores possuem empreendimentos de natureza jurídica Microempreendedor Individual, ao serem questionados a respeito do processo de abertura da empresa e quanto ao nível de dificuldade para obter essas informações, na maioria dos casos foi observado que os empreendedores não possuem dificuldades quanto a isso, passando por essa



RELISE

situação com facilidade e obtendo as informações facilmente. A fala de um dos entrevistados demonstra essa situação:

O nome da loja nós duas que criamos esse nome, foi fácil porque o nosso é só MEI, então o MEI é só assim, faz todo o sistema online pela internet e paga mensalmente, se eu não me engano é 52 reais por mês que ela paga, é... quanto a isso foi bem fácil (ENTREVISTADO A).

Quadro 1- Perfil dos jovens empreendedores entrevistados

Empreendedores	Idade	Setor de atuação	Tempo da empresa	Formação
Entrevistado A	31 anos	Loja de cosméticos	2 anos	Pedagogia- Estética e Cosmética
Entrevistado B	31 anos	Academia	4 anos	Ensino Médio
Entrevistado C	28 anos	Decorações e venda de flores	12 anos	Ensino Médio
Entrevistado D	29 anos	Barbearia	3 anos	Curso de Barbeiro

Fonte: Informações dos entrevistados

Em relação à primeira categoria de análise: “motivações para empreender”, os entrevistados foram inquiridos sobre o que os levou a abrir o seu empreendimento e três deles relataram que a busca por independência e a necessidade de crescer os motivaram a abrir a empresa, visando uma oportunidade de negócio. Dessa maneira verifica-se que a visão dos empreendedores jovens entrevistados coincide com a perspectiva de Silva, Crespo e Gil (2017) que encontraram em seu estudo que a razão dos jovens criarem o próprio negócio está na realização pessoal, na busca de uma fonte de obter recursos financeiros sem precisar depender de terceiros. A afirmação de um dos entrevistados corrobora:

Decidi abrir a empresa porque eu sempre fui muito de querer vender, querer crescer, nunca me contentar com o pouco e ali eu vi uma necessidade de crescer, vi um espaço que eu poderia estar crescendo. Aí procurei nos cursos do SEBRAE, alguma ideia de negócio que eu pudesse me identificar mais e abri meio na fé e na coragem (Entrevistado C).

Os dados encontrados no presente trabalho corroboram também a pesquisa do Sebrae acerca do perfil do microempreendedor individual (DATA



RELISE

53

SEBRAE, 2019) que afirma que os microempreendedores individuais mais jovens iniciam seu negócio próprio pelo desejo de autonomia e independência financeira. Do mesmo modo, corrobora-se ainda a visão dos autores Silva, Crespo e Gil (2017) que defendem que outra razão para que o jovem decida abrir seu negócio consiste em sua formação pessoal que o influencia assim, abrir a sua própria empresa:

Decidi abrir a empresa porque como fiz estética e cosmética sempre tive vontade de trabalhar na parte da cosmética e a minha irmã já tinha trabalhado outras vezes em outros estabelecimentos, em comercio, aí por isso ela gosta muito de vender, aí decidimos montar uma sociedade (Entrevistado A).

No que diz respeito aos recursos financeiros, ao questionar aos entrevistados sobre a situação financeira pessoal de cada um no momento de abertura do negócio, investigando se precisavam de recursos para sua subsistência, ou se outra pessoa seria responsável por providenciar esses recursos, em todos os casos os jovens relatam poder contar com auxílio financeiro de outra pessoa, caso a empresa viesse a falir. Na maioria dos casos com a participação dos pais e um dos entrevistados afirmou que não dependia totalmente da renda do empreendimento criado, pois quando abriu o negócio possuía outro emprego devido a sua primeira graduação, já era casado e o cônjuge também trabalhava e podia sustentar a família caso algo desse errado, possuindo assim, outras alternativas de subsistência. Logo, os empreendedores jovens pesquisados assumiram os riscos de abrir um negócio, porém estariam amparados financeiramente caso o negócio não se conservasse.

Em se tratando dos recursos financeiros, pode-se perceber que na maioria dos casos essa é a principal dificuldade enfrentada pelos jovens empreendedores, corroborando uma das principais dificuldades dos jovens empreendedores apontados na literatura (SOARES; MACHADO, 2005; BORGES; FILION; SIMARD, 2008). Sobre tais aspectos, os participantes



RELISE

54

relataram que iniciaram o negócio sem possuir todo o dinheiro necessário, resultando em dificuldades para administrar o empreendimento.

Pode-se afirmar que um dos problemas relacionados às finanças pode estar relacionado também à ausência do planejamento adequado para a abertura de um negócio, que frequentemente é deixado de lado pelos empreendedores, resultando na falta do dinheiro necessário. Os dados da pesquisa demonstraram que metade dos entrevistados não formalizaram nenhum planejamento anterior à abertura do negócio. Uma das razões para a ausência de planejamento também pode dizer respeito à categoria de natureza jurídica das empresas analisadas: o Microempreendedor Individual (MEI), que consiste precisamente em uma modalidade de empresa que formaliza o empreendimento informal (SEBRAE, 2018). No entanto, a literatura aponta que a ausência do planejamento pode levar a erros durante o processo de abertura da empresa e até mesmo sua mortalidade, visto que a ferramenta auxilia o empreendedor a evitar falhas futuras, definindo e descrevendo os objetivos que o empreendedor pretende alcançar (DORNELAS, 2016; SANTOS; PINHEIRO, 2017).

A pesquisa também identificou que, nesses casos de dificuldades, os empreendedores costumam procurar a ajuda dos pais ou então optam por fazer um financiamento em alguma instituição financeira. A fala de um dos entrevistados ilustra essa situação:

Ali no começo eu tive ajuda financeira do meu pai, mas aí depois, por causa desses equipamentos e outros gastos, eu tive que buscar por mais recursos porque a academia não estava muito conhecida naquele tempo, foi depois de um ano mais ou menos que começou isso, aí eu tive que fazer um financiamento. Não foi muito grande, mas precisei fazer, só que graças a Deus hoje a gente está estabilizado (ENTREVISTADO B).

Nesse contexto, ainda tratando-se de dificuldades, os respondentes discorreram sobre as dificuldades que eles passaram por serem jovens



RELISE

55

empreendedores, que acreditam que os empreendedores que estão há mais tempo no seu ramo de negócio não passaram e todos afirmaram que a falta de experiência para eles é a principal dificuldade em comparação àqueles empreendedores mais velhos. A perspectiva dos entrevistados corresponde com a concepção dos autores referidos no presente trabalho, Soares e Machado (2005), que identificaram que as dificuldades encontradas pelos jovens empreendedores estão na inexperiência, e em alguns casos os jovens possuem formação, porém não possuem experiência profissional prática, resultando assim, em dificuldades para administrar a empresa.

Ademais, nessa perspectiva, é visto que a falta de planejamento que ainda acontece em novos empreendimentos brasileiros pode relacionar-se também à ausência de uma boa pesquisa de mercado. Todos os entrevistados, ao serem inquiridos a respeito de sua formalização afirmaram que a pesquisa foi e ainda é realizada apenas informalmente, por meio de conversas com os amigos, ou então, por meio de clientes que frequentam o empreendimento concorrente e descrevem a eles produtos que estão precisando. A fala do Entrevistado A confirma essa afirmativa: “Fiz uma pesquisa de mercado não nos outros comércios, mas com os próprios clientes que vão na nossa loja”.

Ainda sobre planejamento, preparo e pesquisa, pode-se observar que somente dois dos respondentes da pesquisa fizeram algum tipo de preparação antes de abrir o negócio, como uma graduação, um curso específico à área de conhecimento da empresa. Essa informação somada à referida ausência da formalização do planejamento corrobora o que é apontado por Dornelas (2018) sobre a cultura de falta de planejamento de muitos empreendedores brasileiros. Dornelas (2016) atribui a ausência do planejamento adequado no início da empresa a uma das causas da precoce mortalidade dos negócios. Nesse sentido, metade dos entrevistados não realizou nenhum tipo de curso, estágio ou atividade que pudesse fornecer algum tipo de suporte ao seu negócio e



RELISE

56

afirmam ter aprendido vendo outras pessoas fazerem, ou então aprenderam com o tempo de experiência, relatando sempre, que essa carência de preparação trouxe dificuldades para conduzir sua empresa.

Houve muitas dificuldades é... até porque eu não fiz curso nenhum, tudo que eu sei e eu aprendi foi vendo as pessoas fazerem. Eu sou daquela que é... não me mande pra escola, mas se eu ver você fazendo uma coisa uma vez e eu pegar pra fazer eu sei fazer. Então eu sou bem fácil de pegar, amo artesanato, amo criar né, então não foi assim... aquele bicho de sete cabeças, mas como a gente não consegue agradar a todos sempre há aquela pessoa para te desanimar (ENTREVISTADO C).

Nesse sentido, os dados da presente pesquisa evidenciaram também que, conforme a fala do entrevistado C mencionada, a desmotivação proveniente de opiniões de outras pessoas pode ser considerada uma dificuldade enfrentada pelo jovem empreendedor. Observa-se que o participante da pesquisa demonstra ter recebido pouco incentivo, relatando ter mais pessoas que o colocam para baixo do que o estimula.

Procurando identificar quais eram as pessoas que estavam com os empreendedores, fornecendo o suporte e trabalhando com eles quando criaram o negócio, foi observado que estes geralmente contam com pessoas mais próximas ou familiares como, amigos, irmãos, namorada, apenas um dos participantes diz trabalhar sozinho. Essa dificuldade apontada pelos respondentes da presente pesquisa vai de encontro com a perspectiva geral de todos os microempreendedores, uma vez que em 2017, 51% deles apontaram não ter recebido nenhum tipo de apoio (SEBRAE, 2017). Em concordância, uma pesquisa realizada pela Endeavor, com coleta de dados da Datafolha e em parceria com a Neoway (ENDEAVOR, 2016), aponta que ainda que os empreendedores brasileiros busquem conversar com funcionários, outros empreendedores, amigos, familiares e participem de fóruns ou congressos da área, 39,7% deles sentem-se sozinhos na gestão do seu próprio negócio.



RELISE

Quando questionados acerca de apoio de instituições ou de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo, identificou-se que na grande maioria dos casos os jovens empreendedores não possuem conhecimento sobre nenhuma política pública voltada ao empreendedorismo jovem. Logo, assim como encontrado pela pesquisa da Endeavor (2016, p. 71) “as instituições de apoio não conseguem apoiar uma parcela significativa dos empreendedores”. Todos os entrevistados para essa pesquisa relatam que não foram auxiliados por nenhuma política nesse sentido.

Especificamente acerca do empreendedorismo jovem, todos os entrevistados afirmaram considerar um desafio ser empreendedor jovem, pela pouca idade e a inexperiência, o que acaba ocasionando em dificuldades pelo menos até a adaptação e conhecimento das informações necessárias ao negócio. Porém, todos afirmam acreditar que o empreendedorismo seja um fator predominante no país e que a cada dia o número de empreendedores que desejam criar o seu próprio negócio tem aumentado relativamente, mostrando assim, sua importância para a economia do país, por reduzir a taxa de desemprego. Nesse sentido, a perspectiva dos entrevistados corresponde com a de Borges, Filion e Simard (2008) citada no presente trabalho, relacionando o incentivo ao empreendedorismo jovem para reduzir a taxa de jovens desempregados no mercado de trabalho.

Já na visão de Bulgacov *et al* (2011), o aumento crescente da taxa de jovens empreendedores no Brasil não pode ser visto de forma tão positiva, pois mostram que esse fato pode estar associado às condições de um trabalho precário e a flexibilização do trabalho. Nesse sentido é observado que os jovens encaram essa situação de maneira positiva, ainda que os autores supracitados demonstrem que essa situação não seja tão positiva assim, visto que, muitas vezes os envolvidos na situação não enxergam relativamente o



RELISE

que está acontecendo ao seu redor, sendo necessário alguém que não está participando do processo para ter essa visão mais crítica.

Em relação ao perfil do empreendedor, foi questionado aos entrevistados quais características eles possuem que acreditam que sejam atributos de um empreendedor, assim foi descrito por eles que a garra, a coragem, o sentimento de luta pela realização dos seus sonhos e criatividade, estão presentes neles. Nesse sentido, identifica-se que tais visões aproximam-se à concepção de Dornelas (2018), de que um empreendedor é visionário e enxerga oportunidades a fim de criar um negócio sobre elas e tem paixão pelo que faz, além de ser criativo e não ter medo de se arriscar.

Quando questionados acerca das diferenças entre um empreendedor jovem e um empreendedor mais velho no ramo, os participantes dizem acreditar que não há diferença entre eles, pois em sua perspectiva se ambos possuem fatores necessários para criar um negócio não há o que possa os impedir. Assim, relata o entrevistado A: “Ah, eu acredito assim, se os dois tiverem conhecimento nada impede, e também ter um capital pra estar investindo e um capital de giro pra você também estar girando a sua empresa”. Os jovens empreendedores entrevistados afirmam ainda não ter passado por nenhum grande risco para que precisassem manter seu empreendimento funcionando, pois dirigem há pouco tempo seus empreendimentos e acreditam não ter passado por esse tipo de situação pela empresa ser de porte pequeno.

Em relação às estratégias que eles utilizam para sobressaírem-se dos empreendedores que estão há mais tempo em seu ramo de negócio, na maioria dos casos foi visto que os jovens optam por conquistar os clientes no atendimento e na qualidade dos seus serviços, tentando agregar ao negócio sempre aspectos diferenciais, buscando destaque entre os concorrentes. A fala do Entrevistado D confirma isso:



RELISE

59

Como eu falei né, eu tento ganhar dos concorrentes em agregar coisas diferentes para a minha barbearia, como a mesa de sinuca, a venda de bebidas e também pelo atendimento, pela qualidade do meu trabalho. Tento fazer o melhor que eu consiga sempre estar tentando agradar o cliente para que ele escolha a minha barbearia do que as outras (ENTREVISTADO D).

Outra participante relata a importância do bom atendimento e da qualidade do serviço em âmbito empresarial:

Eu tento manter o meu padrão de atendimento, eu sempre tento ganhar no atendimento, na simpatia, na pontualidade para sair na frente dos meus concorrentes. Sim, é porque eu acho que hoje em dia o atendimento, a paciência, a simpatia é tudo né? Pra que você tenha um bom relacionamento com o seu cliente e faça com que ele volte sempre (ENTREVISTADO C).

Sobre as aspirações dos jovens empreendedores, na decisão de abrir o próprio negócio, foi indagado a eles sobre o que esperavam quando abriram a empresa, o que esperavam que ainda poderia acontecer em relação ao seu negócio e também como eles veem o seu mercado de trabalho daqui a 10 anos. A maioria dos participantes afirma que buscam por mais crescimento, ampliação do negócio e visam atender demais áreas relacionadas às formações que eles possuem e que pretendem ter. Como relata o Entrevistado A: “Eu penso que vamos estar com um espaço bem maior do que a gente tem, eu tenho esperança de estar trabalhando com alguns produtos profissionais para salão”.

Partindo para a última categoria de análise, no que diz respeito ao empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, foi apresentado aos entrevistados aspectos que mostram o que é considerado um empreendedor por oportunidade e o que é visto como um empreendedor por necessidade. Dessa maneira buscou-se identificar a qual dessas classificações eles fazem parte, visto que essa classificação só é identificada quando o empreendedor inicia o seu negócio. Dessa maneira, apenas um dos participantes relata que, é um empreendedor por necessidade, os demais demonstram ter criado o seu



RELISE

60

próprio negócio a partir da oportunidade de atender as necessidades dos clientes, visto que em sua cidade não havia outra empresa no ramo em que eles agora atuam. Um dos participantes declara:

Eu acredito que eu sou um empreendedor por oportunidade, porque aqui na cidade não havia ainda uma academia, e inclusive conversava com pessoas que comentavam sobre isso, que para ir em outra cidade na academia ficava mais difícil, então dizia que podia ter uma aqui para que fosse mais acessível, assim eu decidi abrir esse negócio pensando em atender essa necessidade, assim pensei que eu pudesse me destacar no comercio por ter só uma academia na cidade (Entrevistado B).

Nesse sentido é observado que conforme as pesquisas do GEM (2018) referidas no presente trabalho, a taxa de empreendedores por oportunidade está possuindo um elevado crescimento nos últimos anos. Pode-se afirmar também que os empreendedores jovens estão mais em busca por atender as necessidades dos clientes, em busca de independência, de realização pessoal, buscar a realização de um sonho pessoal, do que somente em busca de recursos financeiros. Quanto aos resultados dos dados obtidos, entre quatro jovens entrevistados, a grande maioria são empreendedores por oportunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou discutir as particularidades relacionadas ao empreendedorismo jovem, suas motivações, dificuldades e similaridades com os demais empreendedores e fundamentou-se na importância do empreendedorismo jovem, ressaltando a participação significativa dos mesmos na criação de negócios e na baixa quantidade de estudos efetivados sobre o tema.

Com o presente estudo constatou-se que as razões para que os jovens decidam abrir seu próprio negócio está na busca pela realização pessoal, por uma fonte de obter recursos sem depender de terceiros, no desejo de tornar-se independente visando uma oportunidade de negócio a partir de uma



RELISE

61

necessidade, ou seja, através das necessidades dos clientes, os jovens empreendedores decidem abrir o seu negócio para atender a essas necessidades, visto que surge assim, uma oportunidade de investir no próprio empreendimento. Nessa perspectiva é que se identifica o empreendedor por oportunidade, visto que a maioria dos entrevistados são empreendedores por oportunidade e apenas um deles abriu o negócio com objetivos puramente financeiros. Assim, na maioria dos casos o que motiva o jovem a abrir o próprio negócio é a busca pelo crescimento.

No que diz respeito às dificuldades, é visto que na maioria dos casos são causadas pela ausência do planejamento adequado e a principal dificuldade enfrentada pelos jovens empreendedores é a falta de recursos financeiros que se relaciona com a ausência do planejamento formal. A desmotivação também consiste em um fator apontado como uma dificuldade para os jovens empreendedores, na maioria das vezes sentem-se sozinhos e não recebem apoio de instituições ou de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo.

Quanto às diferenças e similaridades em comparação com empreendedores mais velhos, nessa perspectiva, a falta de experiência consiste na principal questão encontrada. Observa-se que na maioria dos casos os jovens sentem-se inseguros na hora de administrar o negócio e acabam adotando estratégias para se sobressair dos concorrentes que estão há mais tempo no ramo dos negócios, investindo em aspectos organizacionais diferenciais e também no atendimento, procurando conquistar o cliente. Nesse sentido, referindo-se às similaridades em relação aos outros empreendedores, para os jovens, seu perfil corresponde aos aspectos relacionados ao sentimento de luta, garra, desejo de crescer e acreditam não possuir outras diferenças entre um empreendedor jovem e um empreendedor mais velho no ramo, além da curva de aprendizado.



RELISE

62

Apesar de atingir o objetivo pretendido na presente investigação, é importante destacar um aspecto que pode indicar limitação para o estudo e diz respeito aos microempreendedores entrevistados, por localizarem-se na região norte do Paraná, podendo configurar limitação. Finalmente, esse estudo abre possibilidades de realizações de futuras pesquisas. Uma possibilidade é a realização de estudos nas perspectivas dos microempreendedores de todo o estado do Paraná, de modo a identificar e comparar questões relativas ao empreendedorismo jovem em todo estado. Outra sugestão é replicar o estudo também aos empreendedores jovens enquadrados em outras naturezas jurídicas, além do MEI.

REFERÊNCIAS

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

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

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

BRASIL, S. A.; BRASIL, C. F.; NOGUEIRA, C. R. Empreendedorismo jovem: fatores que contrinuem para a atividade empreendedora.. **Caderno De Administração**, n. 21, v. 2, 56-64., 2013.

BRASIL. Secretaria de Governo. Secretaria Nacional de Juventude. **Plano Nacional de Desenvolvimento de Empreendedorismo e Startups para juventude**/ Secretaria Nacional de Juventude. Brasília: SNJ, 2018.

BULGACOV, Y. L.; CUNHA, S. K.; CAMARGO, D.; MEZA, M. L.; BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 695-720, 2011.



RELISE

63

CAPALDO, G.; FONTES, M. Young technological entrepreneurship in less developed European regions: Preliminary results of a comparative study of software firms in Portugal and Southern Italy. **International Council of Small Business**, ICSB, Proceedings, Nápoles, 1999.

CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração** (RPCA), v.6, n.4, outubro/2012, p.124-143, 2012.

DATA SEBRAE. **Perfil do MEI**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>. Acesso em: 03 set. 2019.

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. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

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

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários**. Rio de Janeiro: Empreende, 2016.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.

DORNELAS, J. **Introdução ao empreendedorismo: Desenvolvendo habilidades para fazer acontecer**. São Paulo: Empreende, 2018. 160 p.

ENDEAVOR. **Desafios dos empreendedores brasileiros**. 2016. Disponível em: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F6588%2F1468617878pesquisa-102.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2019.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA. **Juventude conectada: organização** Fundação Telefônica. São Paulo: Fundação Telefônica, 2014.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA. **Pesquisa Juventude Conectada mostra que 60% dos jovens enxergam empreendedorismo como propósito de vida e 55% como realização pessoal, não geração de lucro**. Organização Fundação Telefônica. São Paulo: Fundação Telefônica, 2018. Disponível em:



RELISE

64

http://fundacaotelefonica.org.br/public_html/wp-content/uploads/pdfs/JC-empendedorismo-VFinal.pdf. Acesso em: 25 ago. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório Executivo 2017**. Disponível em:

https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 03 out. 2019.

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

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório de Pesquisa 2008. Curitiba: IBQP, 2009.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. PNAD Contínua: Mercado de Trabalho Brasileiro. 4º trimestre de 2017. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/08933e7cc526e2f4c3b6a97cd58029a6.pdf. Acesso em: 03 set. 2019.

MINAYO, M. C.; DESLANDES, S.; GOMES, R. **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ, 2009.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NOVAES, M. B. C.; GIL, A. C. A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas. RAM, **Rev. Adm. Mackenzie** (Online), São Paulo, v. 10, n. 1, p. 134-160, Fev. 2009.

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** -REGPEPE, v.1, n.1, jan/abril de 2012.



RELISE

65

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. p. 150-165, 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1997.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Sebrae: Brasília, 2017.

SEBRAE. **Guia Completo do Microempreendedor Individual**: com alterações da Lei Geral. Sebrae: Bahia, 2018.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, 25: 217-26, 2000.

SILVA, W. N.; CRESPO, A.; GIL, A. C. Aspirações e Temores de Jovens Empreendedores . **Revista Pretexto**, v. 18, n. 2, p. 48-65, 2017.

SOARES, M. A. F.; MACHADO, H. P.V. Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. In: V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), **Anais [...]** , Curitiba, 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.