



Congresso Internacional
de Administração
ADM 2021

24 a 28
de outubro
Ponta Grossa - Paraná - Brasil

**SOBREVIVÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES
EM TEMPOS INCERTOS:**

O papel dos gestores e do ambiente externo
no sucesso e no fracasso organizacional.

SE A VIDA TE DER LIMÕES, FAÇA UMA LIMONADA E VENDA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PERCEPÇÃO DE JOVENS EMPREENDEDORES

IF LIFE GIVES YOU LEMONS, MAKE A LEMONADE AND SELL IT: A CASE STUDY ON THE PERCEPTION OF YOUNG ENTREPRENEURS

ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura, UNIFACIG, Brasil, ritakmartins@hotmail.com

Jamyla Almeida dos Anjos, UNIFACIG, Brasil, administracao@unifacig.edu.br

Reginaldo Adriano de Souza, UNIFACIG, Brasil, reginaldoberbert@hotmail.com

Lilian Beatriz Ferreira Longo, UNIFACIG, Brasil, lilianfacig@hotmail.com

Josemeire Aparecida Garcia, UNIFACIG, Brasil, ead@unifacig.edu.br

Resumo

O empreendedorismo jovem se apresenta como a prática da abertura de negócios inovadores por pessoas jovens e está ligado a inserção desses indivíduos no mercado de trabalho. O objetivo dessa pesquisa foi analisar a percepção dos jovens a respeito da sua atividade empreendedora em cidades do interior de Minas Gerais. Para isso, foi realizado um estudo com abordagem qualitativa, utilizando-se a entrevista semiestruturada para a coleta das informações. Como técnica para analisar os dados, utilizou-se a análise de conteúdo. Os resultados apontaram que os jovens empreendedores tem como características a resiliência, a criatividade, a inovação, a determinação e a persistência, o que contribui para a ação empreendedora. Destacou-se ainda que o desejo pela independência financeira e o alcance do objetivos pessoais, faz com que se empenhem nos empreendimentos atuais. Todavia, percebem que o planejamento adequado para o empreendimento, assim como a importância do conhecimento relacionado ao negócio, se fazem necessários para o melhor desempenho no negócio. Desta forma, conclui-se que, embora os jovens encontrem algumas dificuldades, se mostraram satisfeitos com a sua atividade empreendedora, visto o crescimento do negócio e o retorno financeiro obtido. Além do fato de trabalharem com o que gostam e de se realizarem profissionalmente.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Jovens; Mercado; Negócio; Atividade Empreendedora.

Abstract

Young entrepreneurship presents itself as the practice of opening innovative businesses by young people and it is linked to the insertion of these individuals in the job market. The objective of this research was to analyze the perception of young people about their entrepreneurial activity in cities in the interior of Minas Gerais. For this, a study was conducted with a qualitative approach, using the semi-structured interview to collect information. As a technique to analyze the data, content analysis was used. The results showed that young entrepreneurs are characterized by resilience, creativity, innovation, determination and persistence, which contributes to entrepreneurial action. It was also highlighted that the desire for financial independence and the achievement of personal goals makes them commit to current ventures. However, they realize that adequate planning for the enterprise, as well as the importance of knowledge related to the business, are necessary for the best performance

in the business. Thus, it is concluded that, although young people face some difficulties, they were satisfied with their entrepreneurial activity, seeing there was growth of the business and the financial return obtained. Besides the fact that they work with what they like and fulfill themselves professionally.

Keywords: *Entrepreneurship; Young people; Market; Business; Entrepreneurial activity.*

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo jovem é importante para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, pois está ligado ao processo de inclusão dos jovens no mercado de trabalho (Zouain; Oliveira & Barone, 2007). De acordo Peña-Legazkue *et. al.* no *Global Entrepreneurship Monitor* (2020), os jovens entre 18 e 24 anos já representavam 24,3% da população brasileira empreendedora em 2019. E dado o crescimento do desemprego no país, que indica cerca de 28,5% de jovens entre 15 e 24 anos desempregados, espera-se que o número de empreendedores jovens aumente cada vez mais, tendo em vista a falta de oportunidade de inserção no mercado de trabalho, que leva essa parcela da população a buscar por outras fontes de renda.

Para Teixeira *et. al.* (2011) a procura e identificação de oportunidades; a avaliação de seu potencial de exploração; as condições do meio em que o indivíduo está inserido e experiência e educação do potencial empreendedor, são fatores que antecedem o processo do empreendedorismo de se iniciar com a criação de uma nova organização. Com isso, são inúmeros os fatores que envolvem a atividade empreendedora, como a identificação de oportunidades, levantamento de recursos disponíveis, apoio familiar, experiência profissional e nível de escolarização. Diante disso, esse estudo, visa identificar, dentro de tais fatores: Qual a percepção dos jovens sobre a sua atividade empreendedora em cidades do interior de Minas Gerais?

Esse estudo se torna relevante uma vez que, pesquisa já realizada por Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) indicaram que é importante conhecer o perfil dos jovens empreendedores, para que possam ser traçadas políticas para esse grupo específico, a fim de poder contribuir para o seu desenvolvimento, satisfazendo suas necessidades, e até mesmo incentivar outras pessoas a seguirem esse caminho. Já a pesquisa de Bulgacov *et al.* (2011) revelou não ser um fator positivo da posição social, ter elevada taxa de empreendedorismo entre os jovens, concluindo assim, que tal empreendedorismo está ligado às condições de um trabalho precário e da flexibilização do trabalho.

No entanto, é comum que a maioria dos jovens tenha o sonho de terem o seu próprio negócio, uma vez que, 44% dos brasileiros têm preferência em possuir uma empresa do que trabalhar como um assalariado formal, isto é, existe um grande potencial significativo no Brasil para a realização de ações empreendedoras, especialmente quando se analisa a geração nova que está se inserindo no mercado de trabalho (GEM, 2012).

Perante o exposto, o objetivo dessa pesquisa, está em identificar qual a percepção dos jovens sobre a sua atividade empreendedora em cidades do interior de Minas Gerais. Almeja-se com esse artigo, contribuir para futuros estudos na área do empreendedorismo e sua importância para a economia do país. Tendo ainda como objetivos específicos: a) analisar o público jovem empreendedor; b) contribuir para futuros estudos acerca do empreendedorismo jovem no Brasil; c) Realizar uma análise do empreendedorismo jovem no interior do estado de Minas Gerais.

Para este propósito, o presente estudo foi dividido em cinco tópicos, sendo o primeiro, constituído por essa introdução. Em seguida, parte-se para uma revisão da literatura sobre o tema. A terceira parte, é composta pela metodologia do estudo. O quarto tópico, apresenta os resultados, seguidos da análise dos dados, e por fim, o último tópico, aponta as considerações finais e as contribuições do estudo.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Conceito de empreendedorismo

Conforme Dolabela (1999), originado da tradução da palavra francesa *entrepreneurship*, o empreendedorismo é um neologismo, que era utilizado no início do século XII, para denominar aquele que incentivava brigas. Já no século XVIII passou a ser utilizado para designar a pessoa que criava e conduzia projetos e empreendimentos. Contudo, na atualidade é usado para retratar os estudos acerca do empreendedor, ao seu perfil, somado aos seus sistemas de atividades e sua diversidade de atuação.

Embora alguns consideram o empreendedorismo como um fenômeno atual, Dutra e Previdelli (2003) acreditam que apresentações empreendedoras reportam à época das práticas mercantis, as quais promoveram o desenvolvimento e crescimento econômico de boa parte dos continentes civilizados. Para Honma e Teixeira (2011), o ramo do empreendedorismo cresceu e desenvolveu-se além de suas fronteiras, ficando em evidência em quase todas as áreas das ciências humanas e gerencias.

Para Teixeira *et al* (2011, p. 5) “Empreendedorismo é geralmente associado à iniciativa, desembaraço, inovação, possibilidades de fazer coisas novas e/ou de maneira diferente, assim como a capacidade de assumir riscos”. Neste sentido, Drucker (2012, p. 25), relaciona empreendedorismo e inovação, visto que a “inovação é um meio pelo qual se dá especificamente a relação com os empreendedores e o meio em que eles exploram as alterações como sendo uma oportunidade para um negócio distinto ou um serviço diferente”.

Degen (2009) relata três aspectos essenciais para que um indivíduo possa ser um empreendedor. Sendo o primeiro, a constante busca para trazer melhorias a produtos e serviços já existentes no mercado, o segundo, a procura de superar por meio de novos produtos/serviços, os mesmos já existentes no mercado, e por último a coragem de desafiar empresas já fixadas com um novo modo de fazer as coisas.

O autor Dolabela (1999) defende a ideia do empreendedorismo de oportunidade em detrimento ao empreendedorismo de necessidade, em que o empreendedor entra no mercado não porque teve uma boa ideia, mas sim porque teve que buscar uma forma de sobrevivência, uma forma de ganhar dinheiro e satisfazer suas necessidades, através da abertura de um novo negócio.

Vários autores veem o empreendedorismo como algo multifacetado e multidisciplinar. Lopez Júnior e Souza (2008), conceituam a atividade empreendedora como um dos comportamentos mais complexo do que muitos acham, e normalmente vem junto de um grande número de indicativos, como inovação, iniciativa, criatividade, propensão e o fato de se correr grandes riscos, deve-se persistência, entre outros elementos ao iniciar uma atividade empreendedora. Boava e Macedo (2006), ainda complementam que o empreendedorismo é um fenômeno social que possui em sua essência implicações de ordens psicológicas, sociais, culturais ou ainda econômicas.

Dos diversos conceitos sobre o empreendedorismo, destaca-se o de GEM (2011), em que o empreendedorismo é visto como toda iniciativa de criação de um empreendimento ou um novo negócio. Dessa forma, olhando por esse conceito, pode-se levar em consideração, por exemplo, atividade autônoma, nova empresa, a expansão de uma atividade já existente, ou por uma única pessoa, ou por uma equipe de pessoas ou ainda por empresas já fixadas no mercado. Assim, é provável que possa aferir que o empreendedorismo, é, dessa forma um conceito dinâmico em que o empreendedor possa se destacar ou ele pode surgir em diversas situações que se façam atraentes para os jovens investidores e dessa forma, novas tomadas de decisão podem surgir dando origem a outros caminhos, devido à melhora do seu negócio.

2.2. O conceito de empreendedorismo jovem

Carvalho, Leão e Teixeira (2012) ressaltam o empreendedorismo como uma atividade dinâmica, na qual se destaca o papel do empreendedor, principalmente do jovem, que vem se sobressaindo e tendo maior participação na economia ao decorrer dos últimos anos.

A cada nova geração pode-se verificar que os jovens estão ficando cada vez mais fixados no mundo dinâmico e interconectado, causando dessa forma mais habilidades para realizarem diversas ações em conjunto. Isso se dá porque o país concentra suas forças de empreendedorismo nos jovens (Dornelas, 2007). Conforme esse mesmo autor, não há um modelo padrão para que o empreendedor seja identificado, mesmo com diversos autores tentando conceituá-los.

Atualmente existe um grupo dominante de empreendedores que estão começando no meio dos brasileiros que é constituído basicamente por jovens adultos entre 25 e 34 anos de idade com cerca de 19,2%. Informações revelam que entre os jovens de 18 e 24 anos, a taxa de idade é de 14,2%, e que de maneira significativa é maior quando comparados com a média dos outros países que foram analisados por meio do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020), de somente 10,7%. Isso mostra que a população jovem do Brasil fica relativamente mais ativa no que tange as atividades empreendedoras ao serem comparadas com os indivíduos de outros países.

Porém, há um conjunto de empecilhos que os empreendedores jovens encontram em seu caminho ao tentarem se colocar no mercado de trabalho. Conforme Soares e Machado (2005), o ingresso do jovem no mercado de trabalho é uma tarefa bastante desafiadora, e o empreendedorismo assume uma nova dimensão para absorver a mão de obra jovem. Desse modo, a atividade empreendedora jovem, fixa-se em uma saída de empregabilidade, e ainda, constitui-se em uma alternativa para inserção numa ocupação e no desenvolvimento profissional. Ressalta-se também, a inserção social e o estímulo ao desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

Zouain, Oliveira e Barone (2007) enfatizam que o empreendedorismo, em especial com destaque para os jovens, surgiu como um assunto crucial na agenda de desenvolvimento socioeconômico do Brasil, porque ele influi diretamente no processo de inclusão dos indivíduos jovens no mercado de trabalho.

Porém, Schoof (2006) indica que os representantes da população se esforçam muito pouco para verem no empreendedorismo uma forma de esperança para os jovens. Ainda de acordo com o autor, os jovens em sua grande maioria estão sendo vistos como integrantes da população geral adulta, e por causa disso suas necessidades específicas e seu esforço para empreender estão postos de lado, em detrimento de sua ajuda para o desenvolvimento econômico e a elevação social. Desse modo, existe uma falta de estudos elementares sobre esse tema.

Tem-se também, as dificuldades do financiamento para que os jovens possam começar o seu negócio próprio, que aliados à falta de conhecimentos técnicos necessários e a capacidade de gestão de um empreendimento seja uma implicação de uma mínima exposição precoce à educação empreendedora (Minola & Criaco, 2011). Corroborando com a mesma ideia, os autores Borges, Fillion e Simard (2008) ao estudarem a respeito do processo de formação de empresas por jovens em Quebec no Canadá, identificaram que esses empreendedores encontram obstáculos no momento da elaboração do plano de negócio, e também, encontram dificuldades em fazer um financiamento nas instituições bancárias, pela falta de acessibilidade.

2.3. Empreendedorismo jovem no Brasil

Nesta seção, será apresentado os dados obtidos em pesquisas GEM (2008) a respeito da atividade empreendedora do jovem brasileiro. Pesquisas sobre esse assunto veem expondo a importância do jovem empreendedor e o aumento na participação desses na economia.

Averiguando as tendências recentes em que os jovens passam inicialmente em suas atividades no mundo do trabalho, verifica-se que em sua grande maioria essas tendências são postas a esses jovens pelas próprias situações socioeconômicas do avanço recente do país. E finalmente, cria-se uma tipologia da atividade empreendedora dos jovens brasileiros, fazendo uso de indicadores de formação, renda e da área de atividade do empreendedor, com as informações da pesquisa GEM (2008).

No ano de 2008, as informações mostram que os jovens estavam alargando a sua participação no mundo do empreendedorismo do Brasil (GEM, 2011), e no ano de 2011 as taxas de jovens empreendedores nas faixas etárias entre os 18 e 24 anos de idade ficaram no patamar de 12,82%, e por outro lado que as de 15 a 34 anos de idade era de 17,85%, sendo esta última a maior taxa entre as faixas etárias analisadas (GEM, 2011).

Já em 2010, os jovens entre 18 a 34 anos possuíam uma taxa de 56,99% dos empreendedores brasileiros, e isso não deixa de ser um dado relevante, pois os jovens ainda são maioria entre os empreendedores (GEM, 2011). O GEM (2011) define ainda que o jovem brasileiro possui um aspecto de arriscar mais, item esse necessário à atividade empreendedora, o que contribui para a existência de muitos jovens empreendedores no Brasil.

Ainda Teixeira *et al* (2001), da mesma forma que Zouain, Oliveira e Barone (2007), enfatizam que a alta taxa de jovens que realiza algum tipo de empreendimento, destaca-se pela relevância de ações específicas para as políticas públicas. Segundo estes estudiosos, os jovens empreendedores estão adentrando com muita força no mercado de trabalho, mas muito pouco se conhece a respeito das especificidades desse grupo de empreendedores.

2.4. Como ensinar o empreendedorismo

A educação fornece aos empreendedores, por um lado, a capacidade de explorarem as oportunidades que surgem no mercado de trabalho. Empreendedores que possuem uma maior escolaridade possuem uma tendência de ter uma tomada de decisão mais direcionada e seguir estratégias mais adequadas, que em uma forma mais esclarecedora, melhora o desempenho do empreendimento (Wang & Jessup, 2014). As pessoas que desenvolveram habilidades empreendedoras estão melhor preparadas para uma permanente mudança no mundo dos negócios, e ainda podem ter escolhas mais acertadas no futuro (Mcmullan & Kenworthy, 2014).

Segundo Bernardi (2012), existe uma teoria de que não se possa ensinar o empreendedorismo, precisa-se que ele surja de dentro do empreendedor. Sabe-se que isso de fato é verdade, e com base em análises mais criteriosas dos diversos empreendimentos que existem, de forma independente de sua maneira de evoluir. Assim sendo, por muitos anos, acreditava-se que o empreendedor já nascia com um certo diferencial apto para o sucesso. No entanto, na atualidade, essa visão não existe mais, porque existe uma crença de que os meios de empreender podem sim ser ensinados a toda pessoa, e o sucesso vem por meio de diversos elementos internos e externos ao negócio, iniciando pelo perfil do empreendedor e de como é feita a administração das dificuldades encontradas no cotidiano da empresa. Segundo Escarlata (2010),

Contribuindo para disseminar esta lógica do empreendedorismo, algumas instituições como o Sebrae desenvolvem oportunidades de aprendizado no campo do empreendedorismo. O Sebrae colabora com a capacitação dos empreendedores disponibilizando saberes necessários, pois o empreendedor do futuro é aquele que

consegue olhar mais longe. É aquele capaz de antever as tendências do mercado e se antecipar a elas. Ele entende que o mundo mudou e que é preciso aprender a se mover nesse novo mundo (Escarlate, 2010, p. 4).

Marcarini (2003) diz que o desenvolvimento do empreendedorismo se inicia através da educação, nos diversos estágios da vida acadêmica. E o papel das instituições de ensino deve ser o de levar uma formação dos profissionais que sejam mais destacadas e independentes, mais criativas e que possam saber liderar.

Dessa forma, Fillion (1999) entende que o empreendedorismo possui diversas possibilidades para se firmar como uma forma empírica nas escolas, pois a cultura do país é de ser um empreendedor espontâneo. Para o autor, é necessário apenas uma certa medida de estímulo, pois é preciso que o país realize promoções de programas nacionais de educação empreendedora, colocando-as em todos os níveis escolares, visto que os jovens a partir do ensino fundamental já poderiam aprender a desempenhar papéis empreendedores.

3. METODOLOGIA

O método é uma forma em que o pesquisador opta para ampliar os conhecimentos sobre certo objeto em questão, fato ou fenômeno e uma série de procedimentos intelectuais e técnicos que ele escolhe para chegar a um determinado conhecimento (Prodanov & Freitas, 2013).

Por este motivo, escolheu-se para este estudo, a pesquisa descritiva que se caracteriza como sendo intermediária entre a pesquisa exploratória e a explicativa, isto é, não é algo tão básico quanto da primeira, e nem tão específica como a segunda (Raupp, 2003). A pesquisa descritiva procura descrever a percepção sobre a atividade empreendedora dos jovens empreendedores em cidades do interior de Minas Gerais.

Para isso, utilizou-se uma abordagem qualitativa, que segundo Godoy (1995) é vista entre as diversas possibilidades de analisar um fenômeno que possui uma relação com o indivíduo e suas diversas interações e pode ser melhor entendido no contexto em que se dá e que faz parte. Para o autor, a partir dos indivíduos envolvidos, considera-se todos os pontos de vista importantes, e partindo deles entender a dinâmica do fenômeno.

Para a coleta de dados utilizou-se a entrevista estruturada que segundo Severino (2007) é a ferramenta que mais se aproxima de um questionário, mas sem a impessoalidade que o mesmo pode trazer. O mesmo autor ainda afirma, que esse tipo de entrevista é determinado de modo prévio, dessa forma as questões são conduzidas com articulações internas estabelecidas. Optou-se por um roteiro semiestruturado.

Os sujeitos da pesquisa foram selecionados por meio da amostragem não probabilística, por acessibilidade. Para a definição da amostra foi utilizada a técnica de saturação dos dados. Após a saturação das informações, a amostra foi constituída por 10 entrevistados, todos situados no interior de Minas Gerais e que empreendem em diferentes ramos.

As entrevistas foram gravadas e de forma integral foram transcritas. Foi utilizado a técnica de tratamento de dados que ocorreu por meio de análise de conteúdo que segundo Bardin (1997, p. 42) se dá quando “um conjunto de técnicas de análises das comunicações visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos, a descrição do conteúdo das mensagens [...]”, conforme essa mesma autora, “por detrás do discurso normalmente simbólico e polissêmico esconde-se um sentido que se faz necessário desvendar” (p. 14).

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise socioeconômica dos participantes entrevistados, pode ser vista no quadro 1:

Entrevistados	Idade	Gênero	Estado civil	Escolaridade	Tempo	Área atuação
E1	23	Masculino	Solteiro	Superior Incompleto	5 anos	Vendas e Manutenção de eletrônicos
E2	24	Masculino	Casado	Superior Incompleto	2 anos	Vestuário
E3	21	Masculino	Solteiro	Superior Incompleto	2 anos e 6 meses	Vendas e Manutenção de eletrônicos
E4	24	Masculino	Solteiro	Superior Incompleto	2 anos	Confecção e estampa
E5	22	Masculino	Solteiro	Superior Incompleto	2 anos e 6 meses	Gêneros alimentícios
E6	24	Feminino	Solteira	Superior Completo	11 meses	Vestuário
E7	22	Feminino	Casada	Ensino Médio. Incompleto	2 anos	Estética
E8	20	Masculino	Solteiro	Ensino Médio Completo	2 anos	Confecção e estampa
E9	21	Feminino	Solteira	Superior Incompleto	1 ano e 3 meses	Vestuário Online
E10	24	Masculino	Solteiro	Superior Completo	2 anos e 5 meses	Vendas e Manutenção de eletrônicos

Quadro 1: Análise socioeconômica
Fonte: Dados da pesquisa

Os entrevistados se subdividem-se em 70% sendo do sexo masculino e 30% do sexo feminino. A faixa etária está compreendida entre 20 e 24 anos. Quanto ao estado civil somente dois são casados e oito são solteiros. Quanto ao grau de escolaridade, os resultados apontaram que apenas um entrevistado tem o ensino médio incompleto, um entrevistado tem o ensino médio completo, seis entrevistados têm o ensino superior incompleto e apenas dois entrevistados têm o ensino superior completo. Em relação a área de atuação, três são do ramo de vendas e manutenção de eletrônicos, três são de vestuário, sendo um desses *on-line*, dois são de confecção e estampa, um de gêneros alimentícios e um da área de estética. Quanto ao tempo destinado ao empreendimento atual, identificou-se que está compreendido entre 11 meses e 5 anos.

4.1. Características do Empreendedorismo Jovem

A análise inicia-se com a perspectiva de descrever as características do jovem empreendedor. A maioria dos autores caracterizam o ato de empreender como um fenômeno de várias facetas e algo multidisciplinar. Conforme Lopez, Júnior e Souza (2008), o conceito em empreender ou dos seus elementos, é muito complexo, e anda de mãos dadas com vários indicadores, como a resiliência. Diante disso, identificou-se que o entrevistado nº 2 coloca esse indicador em evidência em uma de suas falas “traçar o objetivo que deseja e colocar o plano em prática, com resiliência.” A entrevistada de nº 9 corrobora com a ideia da importância desse indicador ao responder sobre o que é ser empreendedor:

Empreendedor para mim é uma pessoa criativa, que produz, inova, que planeja e que tem persistência, com o perfil de liderança e com a capacidade de colocar suas ideias em práticas, e principalmente alguém com coragem e resiliência (E9).

Ainda, conforme relatado pelos autores Lopez, Júnior e Souza (2008), a criatividade e a inovação são elementos que conceituam um empreendedor, o entrevistado de nº 5 coloca esses

elementos como importantes para o negócio caminhar bem “[...] sempre estar inovando, ter muita criatividade [...]”.

O entrevistado de nº 3 destaca a determinação em seu depoimento ao falar sobre seus pontos fortes “sou determinado e perseverante”, o entrevistado de nº 8 também coloca essa característica como evidência ao responder que ter determinação é uma influência para se tornar empreendedor. O entrevistado de nº 10 também considera a determinação como uma de suas características em uma de suas falas a respeito de suas forças “determinado, organizado, persistente, inteligente e bom mediador”. Ficou evidente com o resultado da pesquisa que os jovens são persistentes. Muito deles ao serem questionados se tentariam de novo, caso o negócio fracasse, responderam que sim. A seguir o depoimento de alguns a respeito:

[...] se eu fracasse, sim, eu tentaria de novo porque é o que eu gosto hoje, não me vejo trabalhando para ninguém, eu tenho os meus planos e quero continuar empreendendo por muito tempo (E1).

Sim. Tentaria de novo, não sei se seria no mesmo ramo pois amo o empreender e o empreendedorismo é o futuro (E5).

Sim. Tentaria novamente, grandes casos de sucesso como Steve Jobs, Walt Disney entre outros, não desistiram em seu primeiro empreendimento, persistiram até alcançar o sucesso (E8).

Além das características apontadas pelos entrevistados, os empreendedores também ressaltaram gostar do ato de empreender, conforme se observa nos relatos abaixo:

Um desafio constante, é amar o empreendedorismo, quando você vai abrir um negócio não tem como ter lucro em um mês, então você tem que gostar de empreender (E5).

Ser empreendedor tem que gostar do que faz, se não ama o que faz, desiste, fecha as portas porque não vai pra frente. Eu quero chegar em um nível da minha vida onde eu tenha uma renda muito grande para ajudar outras pessoas de alguma maneira por fonte do meu empreendedorismo (E1).

Ser alguém que além de uma empresa, pretende executar ideias inovadoras que forneçam algum bem social (E10).

Ser empreendedor é ser visionário. Quem empreende sempre tem a visão mais elevada, olha sempre pra frente e para o alto (E4).

4.2. Fatores que influenciaram para o início do empreendimento

A pesquisa também aponta que os jovens estão cada vez mais conquistando os espaços para empreender. Tal como aponta Soares e Machado (2005), é uma tarefa desafiadora o ingresso do jovem do mercado de trabalho. Desse modo, o empreendedorismo assume uma nova dimensão para absorver a mão de obra jovem.

Os empregos que tinham na minha cidade não pagavam bem, então eu iria ficar limitado ao emprego relativamente não muito bom, que não me valorizava, eu já tinha meus cursos em técnico em informática. Dessa forma eu resolvi empreender para ganhar dinheiro, mais do que eu ganharia trabalhando para os outros e ter um crescimento tanto na área, quanto pessoal (E1).

Sempre sonhei em ter meu próprio negócio. O maior fator que me fez decidir começar foi a ambição pela liberdade financeira e o fato de poder gerar empregos (E4).

Sempre me interessei e atuei indiretamente na área de eletrônicos, além de sempre estar envolvido no ramo comercial desde pequeno. A oportunidade surgiu quando meu namorado e atual sócio teve a chance de “assumir” a antiga empresa do pai. Negociamos os valores e reiniciamos a empresa (E10).

Os entrevistados de nº 2 e nº 4 enfatizam a independência financeira como fator crucial para empreender, além dos dois, outro entrevistado corrobora com o mesmo pensamento, como pode ser observado no depoimento abaixo:

Ser independente, mostrar para sociedade sua independência além de ser um meio diferente, pois todo mundo procura se efetivar em algum serviço, então empreender é algo diferente porque muita gente faz isso, mas poucos continuam (E6).

Indo contra a ideia do autor Dolabela (1999) que defende que o empreendedor começa o seu negócio por necessidade e não porque teve uma boa ideia, o entrevistado de nº 5 conta sobre o início de seu empreendimento:

Como eu trabalhava no banco e sempre almoçava em um restaurante que tinha na praça, e nessa praça não existia uma sorveteria, então resolvi alugar um ponto que tinha do lado desse restaurante e abrir uma sorveteria, pois nunca tinha visto uma praça sem sorveteria, e como funcionava um restaurante ao lado, logo pensei, quem almoçar e tiver a vontade que eu tenho, de tomar um sorvete ou picolé depois do almoço, vai na sorveteria (E5).

Além disso, a entrevistada de nº 9 relata em seu depoimento que empreender já era uma vontade:

Sempre amei moda e sempre sonhei em trabalhar pra mim, mas faltava coragem para dar o primeiro passo, tive oportunidade de fazer compras em um grande centro de comércio em São Paulo e assim comecei (E9).

4.3. Dificuldades para a abertura do negócio

As dificuldades de investimento aliados à falta de conhecimentos técnicos necessários e à capacidade de gestão de um empreendimento, são fatores que dificultam o início do próprio negócio para o jovem, conforme foi enfatizado por Minola e Criaco (2011) em seus estudos e nos depoimentos que seguem:

Não entrei totalmente no escuro, mas só depois de 5 anos que fui ver o que realmente era o empreendedorismo, amadureci muito no decorrer da minha experiência como empreendedor (E1).

Tinha certa noção, mas tive que aprender muita coisa quando comecei (E4).

Falta de capital e tempo para me dedicar, pois tenho outros afazeres, como a faculdade por exemplo, me consome muito tempo, assim como serviços de casa, cuidar de tudo isso e ainda ter que fazer todos os papéis do meu empreendimento, me esgota (E9).

Conforme afirma Machado (2005) a falta de recursos financeiros é um dos desafios encontrados pelos jovens que desejam ser empreendedores. Mas os entrevistados relataram ainda outros, como impostos e concorrência:

Hoje os maiores obstáculos são os impostos, pago impostos altos sobre os produtos que eu compro, pois compro a preço do dólar e como o dólar está lá em cima, compro mais caro (E1).

As despesas. Como por exemplo: impostos e o aumento do preço das mercadorias (E6).

Creio que um dos maiores obstáculos seja a concorrência. No ramo em que atuo existem muitas empresas na região, inclusive bem próximas ao local físico do meu empreendimento atual (E10).

[...] O capitalismo selvagem, por exemplo, onde estou localizado em um raio de 50 metros tem 4 lojas, é uma colada na outra, aí eu vejo que as pessoas acabam prestando serviço a troco de nada, os empreendedores ficam tentando engolir um ao outro, então um ponto negativo é a concorrência (E1).

Marcarini (2003) relata que o desenvolvimento do empreendedorismo se inicia através da educação, nos diversos estágios da vida acadêmica. O entrevistado (E10) um dos dois únicos entrevistados que já possuem o ensino superior completo, apesar de também relatar que se aprende muito na prática, deixa evidente a importância de um certo conhecimento adquirido na graduação com o seguinte comentário:

Tive duas disciplinas relacionadas a empreendedorismo durante a graduação (apesar de a minha área de formação ser voltada para a saúde). As disciplinas colaboraram sim, com alguns pontos em meu negócio, como a preocupação com a necessidade de inovar e o marketing da empresa, por exemplo (E10).

4.4. Planejamento para iniciar o empreendimento

Conforme GEM (2008), o empreendedorismo é visto como toda iniciativa de criação de um empreendimento ou um novo negócio. Desse modo, quando os entrevistados foram questionados a respeito dessa iniciativa, se houve um planejamento ou não, nos testemunhos que seguem é possível observar que os planejamentos foram feitos por alto, mais básicos:

Planejamento de rendimentos posteriores do negócio da minha família(E8).

[...] com planejamento de gastos e ganhos (E4).

No início não tem como saber se vai dá certo, mas também não pode dá um tiro no escuro, tem que sentar, estudar, saber como faz, de onde vem, como acontece e aí sim com o passar do tempo dá para saber se o negócio vai ou não dá certo, leva quase um ano para saber se vai dá certo. Se tratando do tamanho do meu negócio e do tamanho da cidade, não precisava fazer um planejamento enorme, mas um planejamento básico eu fiz sim e deu pra ter uma ideia de como seria (E1).

Sim. Antes de eu abrir, eu fiz uma lista com as soverteria que existia na cidade com produtos e preço para ter uma base se a minha iria dar certo ou não, e como existia somente duas e não eram próximas da minha e meu local era próximo dos bancos e restaurantes, então não tive dúvidas de iria dar certo (E5).

Sim, fiz o cálculo de quanto eu iria investir, quanto eu iria gastar anualmente o tempo que ia levar para ter um bom retorno. E também levei em consideração a pandemia, pois abri meu negócio no início dela, então sabia que não teria um grande retorno naquela época, mas futuramente eu teria um retorno financeiro bom (E6).

Os entrevistados (E3) e (E10) são sócios e revelaram não terem feito um plano de negócio por terem assumido uma empresa que já existia (a empresa da família de um deles) e por isso, acreditaram que iria dar certo, devido ao tempo que a empresa já estava inserida no mercado e o conhecimento de como funcionava o empreendimento, conforme se observa nas falas abaixo:

Tecnicamente assumi uma empresa que já existia há muitos anos, então eu sabia que as chances de dar certo eram boas. Mas surgiram dúvidas quanto à solidez do negócio,

visto que a concorrência é muito ampla, e também por mudar o local físico do empreendimento. Não fiz plano de negócios (E10).

Não realizei um plano de negócio, mas eu já conhecia a área e entendia como ela funcionava (E3).

De acordo com um estudo feito no Canadá por Borges, Filion e Simard (2008), a falta de planejamento é um dos obstáculos que o jovem empreendedor enfrenta no momento de abrir seu próprio negócio, sendo isso evidenciado na presente pesquisa pelos depoimentos dos entrevistados de nº 10 e de nº 3, já expostos. Outros entrevistados revelaram não terem feito planejamento algum, a entrevistada de nº 9 responde “simplesmente não sabia e infelizmente não fiz planejamento algum” e a entrevistada de nº 7 também relatou não ter feito um planejamento para iniciar o seu negócio. Por fim, o entrevistado de nº 2 contribui com a seguinte declaração “inicialmente ninguém sabe que vai dar certo, mas assumindo riscos calculados e persistência do dia a dia, a gente faz dar certo”.

4.5 Satisfação com o empreendimento atual

Conforme relatado por Boava e Macedo (2006), o empreendedorismo é um fenômeno social que possui em sua essência implicações de ordens psicológicas, sociais, culturais ou ainda econômicas. Nesse sentido, foi questionado aos entrevistados a respeito da satisfação com o empreendimento atual a seguir os relatos que retratam essas ordens citadas pelos autores:

É a rentabilidade, gosto muito do lucro que eu tenho e é uma área que me permite crescer (E1).

Com certeza a repercussão do nome da loja, os elogios, ver todo mundo vestido as suas peças, postando nas redes sociais, me ajudando assim com a divulgação, acho bem importante isso (E9).

O retorno financeiro, pois todo empreendedor abre um negócio com objetivo de ter bons lucros (E6).

A chance de ter meu próprio negócio, trabalhando em um ramo que sempre gostei e com uma pessoa com quem me dava muito bem também (E10).

Ir vendo os resultados aos poucos, nos anima e da vontade de cada vez melhorar (E8).

O entrevistado de nº 3, expõe que a independência e não ter que trabalhar para os outros é o que te faz ficar empolgado com o empreendimento. Já o entrevistado de nº 5 relata que para ele o reconhecimento é sua maior empolgação. A seguir, o entrevistado de nº 2 contribui com seu depoimento acerca de sua satisfação:

Ver a evolução de quando comecei e descobrir que a gente pode chegar onde quiser, basta não ficar sentando assistindo serie o fim de semana inteiro (E2).

Filion (1999) enfatizou a importância do empreendedorismo se firmar como uma forma empírica nas escolas. Foi perguntado aos entrevistados qual dica eles dariam para quem quer ser um empreendedor e seguindo a colocação do autor, muitos relataram ser importante o conhecimento:

Antes de entrar na minha área eu estudaria tudo sobre o empreendedorismo e tudo sobre minha área, faria cursos de informática, eu tenho que dominar, então hoje eu falaria que é preciso estudar o que é o empreendedorismo, como faz para empreender (E1).

Conhecer nunca é demais. A fonte do sucesso é o conhecimento (E4).

Coragem e conhecimento sobre o assunto [...] (E8).

CONCLUSÃO

O empreendedorismo jovem se apresenta como a prática da abertura de negócios inovadores por pessoas jovens. O aumento da ação empreendedora neste público tem se destacado pelas constantes transformações na natureza do trabalho e o aumento do desemprego, sendo o empreendedorismo uma maneira de inserção desses indivíduos no mercado de trabalho. Todavia, como se trata de estudos recentes sobre a temática, ainda há muito o que se descobrir sobre os anseios e expectativas do jovem empreendedor. Desse modo, o objetivo deste estudo estava em identificar a percepção dos jovens sobre a sua atividade empreendedora em cidades do interior de Minas Gerais.

Os resultados apontaram que os jovens empreendedores tem como características a resiliência, a criatividade, a inovação, a determinação e a persistência, o que contribui para a ação empreendedora. Destacou-se ainda que o desejo pela independência financeira e o alcance do objetivos pessoais, faz com que se empenhem nos empreendimentos atuais. Além disso, alguns dos entrevistados colocaram em pauta a paixão pelo empreendedorismo, ressaltando como gostam do ato de empreender. Quanto aos fatores que influenciaram para o início do empreendimento, foi constatado que os jovens desejam a independência financeira e alguns ainda relataram que empreender sempre foi uma vontade pessoal.

Entre as principais dificuldades para a abertura do negócio está a falta de capital, a concorrência e os impostos. Quanto ao planejamento para iniciar o empreendimento, ficou evidenciado que é de suma importância o conhecimento, pois foi relatado pela metade dos entrevistados que os mesmos não fizeram um planejamento, e a outra metade revelou que o planejamento feito foi básico. Além disso, alguns colocam como dica para o sucesso do empreendimento ter conhecimento a respeito do empreendedorismo, destacando a necessidade de adequação dos currículos escolares com a formação necessária para auxiliar o jovem empreendedor. Estes pontos foram destacados pois os jovens percebem que o planejamento adequado para o empreendimento, assim como a importância do conhecimento relacionado ao negócio, se fazem necessários para um melhor desempenho.

Desta forma, pode-se concluir que, embora os jovens empreendedores pesquisados encontrem algumas dificuldades, ainda assim, se mostraram satisfeitos com a sua atividade empreendedora, visto o crescimento do negócio e o retorno financeiro obtido. Além do fato de trabalharem com o que gostam e de se realizarem profissionalmente.

Quanto às limitações da pesquisa, tem-se as próprias limitações do método quantitativo quanto ao emprego da entrevista. Alguns jovens se mostraram tímidos nas respostas, outros, apresentaram dificuldades em relação ao tempo destinado para a coleta dos dados, o que tornou mais demorada essa fase da pesquisa.

Por fim, tem-se que há a necessidade de realizar novos estudos no que tange as especificidades dos empreendedores jovens de um modo geral, visto que esse estudo foi realizado em uma determinada região de Minas, o que aponta a importância de se realizar a pesquisa em outras regiões do Brasil. Sugere-se ainda, dado o crescimento deste tipo de empreendedorismo, analisar a percepção de empreendedores mais jovens que a amostra aqui pesquisada.

REFERÊNCIAS

Bardins, L (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- Bernardi, L. A. (2012). *Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas*. São Paulo: Atlas.
- Boava, D. L. T. & Macedo, F. M. F. (2006). Estudo sobre a essência do empreendedorismo. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, v. 30. http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/10/enanpad2006-esoc-2015.pdf. (10 de Setembro de 2021).
- Borges, C.; Filion, L. J. & Simard, G. (2008). Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 8. <https://www.scielo.br/j/ram/a/rNM9GCbp4QFrZPbRZPjwn7H/abstract/?lang=pt>. (1 de Setembro de 2021).
- Bulgacov, Y. L. M.; Cunha, S. K.; Camargo, D.; Meza, M. L. & Bulgacov, S. (2011). Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? *Revista de Administração Pública - Rio de Janeiro* V. 45, Maio/jun. <https://www.scielo.br/j/rap/a/WXQH6z59RmbnbHvT9vtbqcD/?lang=pt>. (5 de Setembro de 2021).
- Carvalho F.; Leão, A & Teixeira, R. (2012). Empreendedorismo jovem: perfil me motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. In: *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA)*, v.6, n.4, out-dez/2012, p.124-143. <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11112>. (1 de Setembro de 2021).
- Degen, R. J. *et al.* *Curso de empreendedorismo: Para promover o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza*. LOPES, RMA Educação empreendedora: conceitos modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 207-230.
- Dolabela, F. (1999). *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Cultura.
- Dornelas, J. C. A. (2007). Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. *Revista de negócios*, v. 9, n. 2, 2007. <https://bu.furb.br/ojs/index.php/rn/article/download/289/276/>. (10 de Setembro de 2021).
- Drucker, P. F. (1987). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. Tradução de Carlos Malferrari. 2. ed. São Paulo: Pioneira.
- Dutra, I. S & Previdelli, J. J. (2003). Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: Estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. IN: ENANPAD, 2003, 27, Atibaia, SP. *Anais...* Atibaia. http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/7/enanpad2003-ece-1813.pdf. (15 de Setembro de 2021).
- Escarlate, L F. (2010). *Aprender a empreender*. Brasília: Fundação Roberto Marinho; Sebrae.
- Filion, L J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de administração*, v. 34, n. 2, p. 5-28. <http://www.spell.org.br/documentos/ver/18122/empreendedorismo--empreendedores-e-proprietario--->. (1 de Setembro de 2021).
- Global Entrepreneurship Monitor. (2012). *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Global. <https://www.gemconsortium.org/>. (19 de setembro de 2021).
- Global Entrepreneurship Monitor. (2011). *GEM. 2011*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2011-global-report>. (19 de setembro de 2021).
- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de empresas*, v. 35, n. 3, p. 20-29. <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?lang=pt>. (20 de Setembro de 2021).
- Honna, E. T, & Teixeira, R. M. (2011). Competências Empreendedoras em Hotéis de Pqueno Porte: Estudo de Múltiplos Caos em Curitiba, Paraná. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, Vol. 13 - nº 1 - p. 52–80 / jan-abr 2011. <https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056076005.pdf>. (10 de Setembro de 2021)
- Lopez Júnior, G & Souza, E. C. L. (2008). *Atitude Empreendedora: Conceitos, Modelos e Medidas*. In: Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 25. 2008. Brasília, DF, 22 a 24 de outubro de 2008.

- Marcarine, A. (2003). *O Empreendedorismo nos Cursos de Administração de Santa Catarina, Brasil*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração. FURB. <https://bu.furb.br/ojs/index.php/dynamis/article/download/644/569/>. (10 de Setembro de 2021).
- Mcmullan, E. & Kenworthy, T. P. (2014). *Creativity and Entrepreneurial Performance: A General Scientific Theory*. Springer: New York.
- Minola, L. C. T. & Criaco, G. (2011). *Youth Entrepreneurship: Proposal of an assessment scheme for policy Initiatives*. http://icsb.org/assets/icsbgw_criacocassia_fullpaper.pdf. (22 de setembro de 2021).
- PEÑA-LEGAZKUE, I. *et al.* (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020*. Ed. Universidad de Cantabria, https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2019_20.pdf. (10 de setembro de 2021).
- Prodanov, C. C. & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. 2. ed. Editora Feevale.
- Raupp, F. M. & Beuren, I. M. (2003). *Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais*. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática, v. 3, p. 76-97. http://www.geocities.ws/cienciascontabeisfecea/estagio/Cap_3_Como_Elaborar.pdf. (20 de Setembro de 2021).
- Schoof, U. (2006). *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and Incentives to Enterprise Start Ups by Young People*. SEED Working Paper International Labour Office, 76.
- Severino, A. J. (2007). *Metodologia do Trabalho Científico*. 23 ed. São Paulo: Cortez.
- Soares, M. A. F. & Machado, H. P. V. (2005). Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), *Anais...*, Curitiba. <https://docplayer.com.br/9319737-Jovens-empreendedores-perfil-dificuldades-na-gestao-e-perspectivas-dos-empreendimentos.html>. (25 de Setembro de 2021).
- Teixeira, E. A.; Nossa, V. & Funchal, B. (2011) O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. *Revista Contabilidade & Finanças*, v. 22, p. 29-44, 2011. <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34326>. (15 de Setembro de 2021)
- Teixeira, R. *et.al.* (2011). Empreendedorismo jovem a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. *Revista de Gestão–USP (REGE)* v.18, n.1, jan/mar. <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/0.m>. (10 de Outubro de 2021).
- Wang, X. & Jessup. A. (2014). Review and Synthesis of Entrepreneurship Research: Towards an Integrative Model of Dependent Variables. *The Journal of Entrepreneurship*, v. 23, n. 2, p.163–199, https://www.researchgate.net/publication/284402011_A_Review_and_Synthesis_of_Entrepreneurship_Research_Towards_an_Integrative_Model_of_Dependent_Variables. (10 de Setembro de 2021).
- Zouain, D. M.; Oliveira, F. B. & Barone, F. M. (2007). Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. *Revista de Administração Pública (RAP)*, n. 41, jul/ago, p.797-807. <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n4/a09v41n4.pdf>. (18 de junho de 2021).