



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VI – POETA PINTO DO MONTEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E EXATAS – CCHE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBÉIS**

DIOGO SÁVIO CASSIMIRO PEREIRA

**FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA NA
JUVENTUDE: UM ESTUDO DE CASO EM SERRA BRANCA-PB**

**MONTEIRO- PB
2021**

DIOGO SÁVIO CASSIMIRO PEREIRA

**FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA NA
JUVENTUDE: UM ESTUDO DE CASO EM SERRA BRANCA-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientadora: Gabriela de Vasconcelos

Coorientador: Me. Fábio Adriano Pereira da Silva

MONTEIRO – PB

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

P436f Pereira, Diogo Sávio Cassimiro.

Fatores que contribuem para a atividade empreendedora na juventude [manuscrito] : um estudo de caso em Serra Branca - PB / Diogo Savio Cassimiro Pereira. - 2021.

33 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Humanas e Exatas , 2021.

"Orientação : Profa. Ma. Gabriela de Vasconcelos , Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCHE."

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo na juventude. 3. Empreendedorismo na Paraíba. I. Título

21. ed. CDD 568.11

DIOGO SAVIO CASSIMIRO PEREIRA

**FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ATIVIDADE
EMPREENDEDORA NA JUVENTUDE: UM ESTUDO DE CASO
EM SERRA BRANCA-PB**

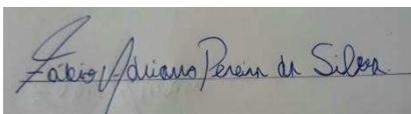
Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências
Contábeis da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharelado em Ciências Contábeis.

Trabalho aprovado em: 24 de maio 2021.

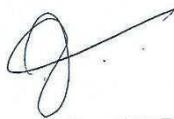
BANCA EXAMINADORA:



**Prof. Me. Gabriela de
Vasconcelos Orientada**



**Prof. Me. Fabio Adriano Pereira da Silva
Coorientador**



**Prof. Me. José Humberto do Nascimento Cruz
Examinador I**



**Dr. Mamadou
Dieng Examinador
II**

MONTEIRO – PB

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, por conseguir alcançar os meus objetivos durante todos os meus anos de estudos. Agradeço em especial os meus pais e irmãos, que sempre me incentivaram.

Agradeço também a minha noiva Thaynar Albuquerque por todo apoio e ajuda em todos os momentos.

Quero dedicar essa conquista a meu entrevistado e grande amigo Michael (in memoriam) que sem ele meu trabalho não seria realizado, tenho certeza que ele está orgulhoso de mim lá de cima, obrigado pelo carinho e confiança meu irmão.

Aos professores Me. Fábio Adriano Pereira da Silva e Me. Gabriela de Vasconcelos, por terem me orientado e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade.

Aos demais professores da UEPB, o meu muito obrigado pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso.

Aos meus colegas de curso, por compartilharem comigo tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso.

Enfim, a todos aqueles que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação e de desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o meu processo de aprendizado, o meu muito obrigado!

RESUMO

O presente trabalho trata-se de um estudo de caso, tendo como tema: fatores que contribuem para atividade empreendedora na juventude, realizado na empresa Ricos Barbearia, localizada no município de Serra Branca (PB). Com o objetivo de buscar compreender quais fatores podem influenciar e estimular o jovem ao empreendedorismo. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, cuja parte empírica foi desenvolvida por meio de questionários destinado ao proprietário da empresa. O aporte teórico concentra-se, nas reflexões de Uriarte (2000), Teixeira (et.al, 2011) e Bulgavoc (2011), Gonçalves (2020), Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) dentre outros. Os resultados indicam que, ser empreendedor não é uma tarefa fácil, na qual o jovem da pesquisa optou por se tornar um empreendedor pela necessidade de melhorar de vida e conseguir sua independência, no entanto, de acordo com a respostas obtidas é perceptível que ele enfrentou diversas dificuldades principalmente no início da abertura do seu negócio a exemplo de como lidar com os custos, concorrência do mercado e ter que está sempre se aperfeiçoando para melhorar seu trabalho. Portanto, diante dos resultados obtidos fica claro que, as dificuldades são imensas para todos que vivem desse mundo, por isso procurar por oportunidades de negócios e trabalha-las de forma correta, é o ponto chave para se pensar em empreendedorismo jovem.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo na juventude; Empreendedorismo na Paraíba.

ABSTRACT

The present work is a case study, having the theme: factors that contribute to youth entrepreneurial activity, carried out at the company Ricos Barbearia, located at the city of Serra Branca (PB). In order to seek and understand what factors can influence and encourage young people to entrepreneurship. It is a qualitative research, the empirical part, which was developed through questionnaires directed for the owner of the company. The theoretical contribution is concentrated in the reflections of Uriarte (2000), Teixeira (et.al, 2011) and Bulgavoc (2011), Gonçalves (2020), Carvalhal, Leão and Teixeira (2012) among others. The results indicate that being an entrepreneur is not an easy task, in which the young man from the research chose to become an entrepreneur due the need to improve his life and achieve his independence, however, according to the answers obtained, it is noticeable that he faced several difficulties, especially, at the beginning of the opening of his business, such as how to deal with costs, market competition and having to constantly improve to improve your work. Therefore, in view of the results obtained, it is clear that are immense difficulties for everyone who lives in this world, so looking for business opportunities and working on them correctly, is the key point for thinking about young entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship; Young entrepreneurship; Entrepreneurship at Paraíba.

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 – Instrumento de coleta de dados	20
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
TTE	Taxa total de empreendedorismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.2 Objetivo geral	13
1.3 Objetivos específicos	13
2 REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1 Empreendedorismo: Aspectos históricos, conceituais e panorama geral	14
2.1.1 Fatores que influenciam a atividade empreendedoras de jovens	15
2.2 Empreendedorismo jovem: aspectos relevantes	18
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
3.1. Escopo da pesquisa	23
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	29
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE	33
APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	35

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo, apesar de estar presente e ser reconhecido há mais de dez séculos, somente nos últimos vinte anos emergiu significativamente no campo acadêmico, em especial no Brasil. Assim, de acordo com Pelogio et al. (2011), o empreendedorismo só ganhou maior importância a partir da abertura econômica na década de 1990. Visto que, de acordo com Silveira (2008), antes da abertura econômica dos anos 90, o termo empreendedor era quase que desconhecido no Brasil com isso a abertura de pequenas empresas era difícil devido à instabilidade econômica e política.

Desta forma, Custódio (2011) destaca que o empreendedorismo de forma geral, busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado. Por isso, empreender vai muito além de iniciar a própria empresa, é falar de um fenômeno de abertura de negócios com ideias inovadoras, que segundo Brasil e Nogueira (2013) é impactado por vários fatores que vão além da capacidade de identificação de oportunidades de mercado, como também incluem o levantamento de recursos, suporte familiar, experiência, conhecimento do mercado, escolaridade, entre outras variáveis.

Nesse sentido, faz-se necessários entender os aspectos inerentes ao empreendedorismo jovem, uma vez que esse fenômeno, a partir da segunda metade dos anos 2000 apresentou uma ascensão gradativa, na qual, uma pesquisa feita pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), realizada no Brasil pela equipe do IBQP com o apoio do SEBRAE estimou-se que quase 7 milhões de brasileiros na faixa etária entre pessoas de 18 e 24 anos possuem algum empreendimento atualmente. Entre os jovens adultos de 25 a 34 anos, esse número passa dos 12 milhões.

Desse modo para Lima, Sproesser e Martins (2009) o empreendedorismo jovem apresenta-se como forma de inclusão de jovens no mercado de trabalho e em contrapartida é fator preponderante para promoção do desenvolvimento socioeconômico brasileiro, diante disso, na realidade nacional, esta ideia tem ganhado força e está no conjunto das preocupações atuais do país, seja enquanto proposta de criação de mais empregos, seja como reforço da competitividade e estímulo ao desenvolvimento socioeconômico. Pois, segundo Dolabela (2006), o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social por meio da inovação, desta forma dinamiza a economia pois, o conceito de empreendedorismo trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países.

Diante do exposto, surge a questão norteadora da pesquisa: quais os fatores/motivos que influenciam o surgimento do empreendedorismo jovem? Assim, para responder aos questionamentos proposto, o presente estudo tem como objetivo identificar fatores, motivos e benefícios que possam contribuir para que jovens optem por desenvolver às ações relacionadas à criação de um negócio. Trata-se de um estudo de caso que tem como temática fatores que contribuem para a atividade empreendedora na juventude, desenvolvida numa empresa de barbearia localizada no município de Serra Branca PB, gerida por um empreendedor jovem.

Diante disso, a escolha desse tema se deu em virtude de buscar compreender quais fatores podem influenciar e estimular o jovem a empreender. Visto que, ainda não há um consenso sobre a definição de empreender para o jovem. Por esse motivo, é importante esclarecer alguns pontos de maneira mais direta. Pois, segundo Zouain, Oliveira e Barone (2007) características e comportamentos do empreendedor jovem carecem de pesquisas e análises mais profundas, e conforme apontado por Carvalho, Leão e Teixeira (2012), pouco se conhece sobre especificidades relacionadas aos jovens empreendedores.

Diante disso, o tema será abordado através das teorias de vários autores e pesquisadores, dentre eles Uriarte (2000), Dornelas (2008) e Landstrom, Harirchi e Aström (2012) sobre o empreendedorismo: aspectos históricos, conceitos e panorama geral. Em seguida abordar os fatores que influenciam a atividade empreendedora dos jovens através de Teixeira *et al.* (2011) e Bulgavoc (2011). E por último abordar conceito de empreendedorismo jovem: aspectos relevantes através de Gonçalves (2020), Carvalho, Leão e Teixeira (2012) e Juventude Conectada (2018).

Para tanto, este estudo conduziu métodos qualitativos e aplicação de questionários como instrumentos de coleta de dados fundamentais para o alcance do resultado desejado, sendo assim, trata-se de um estudo de caso acerca dos fatores e motivações para a criação de uma empresa no ramo de barbearia, localizada no município de Serra Branca PB, gerida por um empreendedor jovem.

Nesta perspectiva, apresenta-se na seção 2, o arcabouço teórico a respeito do empreendedorismo e do empreendedorismo jovem, bem como os fatores que influenciam a atividade empreendedora; na seção 3 abordam-se os procedimentos metodológicos e enfatiza-se as referências sobre a empresa objeto desse estudo de caso; na seção 4, discute-se o estudo de caso e a análise dos dados obtidos no mesmo; por fim, na seção 5 apresenta-se as considerações finais desse estudo.

1.2 Objetivo geral

O presente estudo tem como objetivo analisar os aspectos que possam contribuir para a atividade empreendedora jovem. Ressaltando que o entendimento sobre a atividade empreendedora, neste estudo, está vinculado às ações pertinentes à criação de um negócio.

1.3 Objetivos específicos

- Identificar fatores e motivos que influenciam a criação do seu próprio negócio pelo empreendedor jovem;
- Identificar as dificuldades e benefícios do jovem empreendedor na criação do seu próprio negócio.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Empreendedorismo: Aspectos históricos, conceituais e panorama geral

Para o desenvolvimento desta pesquisa fez necessário explicar como surgiu o empreendedorismo. Pois, de acordo com o Portal da Educação (2020) a palavra empreendedora (entrepreneur) vem do francês e quer dizer aquela pessoa que assume risco e começa algo novo, os primeiros indícios de que alguém começou a assumir riscos e investir em algo novo foi no século XVII, onde os empreendedores tinham acordo contratual com o governo para realizar a produção de seus produtos, Richard Cantillon, foi um importante escritor e economista da época sendo considerado um dos criadores do termo empreendedorismo, diferenciando o empreendedor do capitalista (aquele que fornecia capital).

Mesmo que para muitos o campo de pesquisa em empreendedorismo seja relativamente novo, os pensamentos pioneiros sobre o termo não são. Segundo Landström, Harirchi, Aström (2012), provavelmente a função é tão antiga como o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade, mas, no entanto, este conceito não era discutido. Somente a partir da evolução dos mercados econômicos, os cientistas se interessaram pelo fenômeno.

Já no Brasil o empreendedorismo surgiu nos anos 90 com muita força, durante a abertura que o povo teve para a economia, a entrada de fornecedores estrangeiros começou a controlar os preços, sendo uma condição muito importante para o país voltar a crescer, mas trouxe problemas para alguns setores que não conseguiram competir com os produtos importados por falta de planejamento.

Diante disso, Shane e Venkataraman (2000), explicam que o empreendedorismo é definido como o estudo das fontes das oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as técnicas existentes) e o processo de descoberta, exploração e avaliação, por parte dos indivíduos que as descobrem, avaliando e explorando essas coisas novas, usando diversos meios para se atingir um fim.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2009) o empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior

parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.

Falar sobre empreendedorismo é entender que o empreendedor é aquele que visualiza, inova as oportunidades em que poucos a enxergam, antecipando-se aos sinais de novas tendências, diante disso, Drucker (1987) aborda que a inovação é um dos instrumentos específicos dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente.

Por isso Dornelas (2008) aborda que o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades, enfatiza assim de forma mais geral o real objetivo do empreendedorismo, que é gerar oportunidades.

Por outro lado, Lezana e Tonelli (1998) falam que o conhecimento representa aquilo que as pessoas sabem a respeito de si mesmas e sobre o ambiente que as rodeia, sendo este um conceito-chave quando se trata de fomentar a inovação em ambientes competitivos, como os que se verificam na sociedade da informação.

Nesse sentido, os fatores estratégicos que proporcionam o sucesso de um empreendimento poderiam ele ser agrupados nos seguintes tópicos: capacidade de reunir uma equipe, capacidade de trabalhar em conjunto, volume de trabalho e, sobretudo, compreensão madura sobre o que vem a ser criatividade (URIARTE, 2000).

2.1.1 Fatores que influenciam a atividade empreendedora de jovens

O processo empreendedor abrange todas as funções, atividades e ações relacionadas com a criação de novos mercados, novas empresas e oportunidades. Muitos fatores externos, pessoais, ambientais e sociais exercem influência sobre a pessoa que se torna empreendedora, mesmo que, na maioria das vezes, isso não seja percebido. Todo processo empreendedor tem início quando algum dos fatores possibilita o início de um novo negócio ou coloca uma ideia em prática.

De acordo com o estudo realizado pela Juventude Conectada (2018) eles apontam como desafios do empreendedorismo jovem a falta de tradição empreendedora no país e a dificuldade de conseguir capital para investir. Além disso, os jovens estão constantemente sendo encorajados a buscar empregos estáveis e segurança financeira, em detrimento do empreendedorismo. Para jovens negros e/ou de classes mais baixas, a falta de investimento pesa ainda mais e vem acompanhada do mito de que só o homem branco e de classe alta consegue empreender.

Para Teixeira et. al. (2011) embora o processo de empreendedorismo se inicie com a criação de uma nova organização, há fatores que antecedem esse processo como: procura por oportunidades, a identificação de uma oportunidade, a avaliação de seu potencial de exploração, às condições do meio em que o indivíduo está inserido, experiência e educação do potencial empreendedor.

Portanto, diversos fatores envolvem a atividade empreendedora voltada para jovens, como identificação de oportunidades, levantamento de recursos disponíveis, apoio familiar, experiência profissional e nível de escolarização, entre outros. Para Teixeira et. al. (2011), alguns pesquisadores acreditam que empreendedores apresentam características inatas, outros acreditam que ser empreendedor depende das ações desenvolvidas pelo indivíduo. “Empreendedorismo é geralmente associado à iniciativa, desembaraço, inovação, possibilidades de fazer coisas novas e/ou de maneira diferente, assim como à capacidade de assumir riscos”, Teixeira et. al. (2011, p.5).

Neste sentido, os mesmos autores argumentam que muitos pesquisadores já tentaram delinear um perfil para o empreendedor, acreditando que determinadas motivações e comportamentos específicos são os responsáveis pela ação empreendedora. Fillion (1999) esclarece que não se pode avaliar se um indivíduo será ou não empreendedor, no entanto, se podem identificar quais características são mais favoráveis ao empreendedorismo: Empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Assim, diversas características são frequentemente enumeradas como comuns a indivíduos empreendedores, como iniciativa e criatividade. Mas, de acordo com pesquisas de Bulgacov et. al. (2011), empreendedores podem ser compreendidos como fruto do ambiente em que estão inseridos, uma vez que são influenciados pelo contexto social. Neste contexto alguns fatores destacam-se, em estudos já realizados, como o papel do contexto, da família.

O mesmo autor Bulgacov et. al. (2011), esclarece que o empreendedor está no centro da criação e desenvolvimento de uma empresa, sendo um indivíduo social, que possui características que contribuem para a atividade empreendedora. Assim, a família ou os amigos acabam por intervir na empresa, como gestores ou funcionários, ou ainda com papéis nem sempre bem definidos. E também o empreendedor tem atividades fora da empresa, emoções, vida social e laços diversos mais ou menos obrigatórios.

Corroborando tal perspectiva, Dominginhos, Pereira e Silveira (2007) também destacam a importância da rede de contatos pessoais e profissionais, que ao se ampliarem

permitem ao empreendedor construir credibilidade ao identificar parceiros, fornecedores, clientes para o negócio. Assim o papel das redes de contato constitui importante fator estimulador para o jovem empreendedor. Outro aspecto ressaltado na literatura é a questão da aprendizagem, fundamental ao jovem empreendedor. Segundo Bulgacov et. al. (2011), está se constitui em um processo por meio do qual o jovem amadurece e percebe suas habilidades, motivações e conhecimentos para empreender.

Conforme os autores, o empreendedorismo se configura como um processo de aprendizagem, especialmente quando se trata do segmento jovem, que se realizam por meio de práticas nas relações de negociação, participação, desafios e experiências. A atividade de empreender constitui-se em processo experimental e social, de acordo com o contexto em que o empreendedor está inserido.

Empreender é visto como um processo de aprendizagem que, por meio da prática, transforma as identidades e as habilidades dos indivíduos para participar do mundo, para mudar tudo ou alguma coisa, para mudar a si próprios. (BULGACOV et. al., 2011, p.717).

Na percepção destes autores, a cultura é apontada também como outro fator relevante. Assim, o contexto pode influenciar o processo de decisão na criação de um negócio, havendo valores culturais e territórios que podem se apresentar mais encorajadores em detrimento de outros. Todavia, afirmam Shane e Venkataraman (2000) que oportunidades empreendedoras dependem de assimetria de informação e crenças, fazendo com que alguns indivíduos identifiquem e se dediquem a explorar tais oportunidades para produzir bens e serviços. Por isso, os autores esclarecem que a exploração de oportunidades depende das expectativas de valor do indivíduo em relação à oportunidade, da percepção de que estas são superiores aos custos que poderão ocorrer e de características individuais como otimismo, lócus internos de controle, auto eficácia.

Pesquisaram sobre motivações que levam o jovem a criar um negócio e concluíram que a exploração de oportunidades se mostra a motivação mais evidente. A exploração de uma oportunidade em potencial também constitui como motivador para que jovens decidam empreender. Outro ponto também observado nas pesquisas supracitadas são as dificuldades encontradas na criação do negócio, como falta de recursos financeiros e falta de experiência profissional.

Nesse contexto, Soares e Machado (2005) identificaram que além dos recursos financeiros, dificuldades na criação do negócio, falta de mão de obra qualificada, falta de

experiência e concorrência desleal. Em alguns casos, também se sobressaíram dificuldades no estágio inicial em administrar o rápido crescimento do negócio, bem como dificuldades em lidar com a imagem da empresa perante os consumidores.

Em linhas gerais, para compreender a realidade do jovem empreendedor brasileiro faz-se necessário compreender fatores que o motivam a desenvolver a atividade empreendedora na criação de um negócio, contribuindo para que se entenda o que influencia esse jovem, seja por necessidade, por oportunidade ou por algum motivo diferenciado.

2.2 Empreendedorismo jovem: aspectos relevantes

Partindo do que foi citado acima, falar sobre o empreendedorismo e criatividade, não se pode deixar de abordar o empreendedorismo jovem, na qual, Gonçalves (2020) aborda que:

O empreendedorismo jovem trata do fenômeno de abertura de negócios com ideias inovadoras por pessoas entre 18 e 30 anos de idade, o que tem acontecido com maior frequência a partir da segunda metade dos anos 2.000, estando relacionado principalmente à globalização do mundo dos negócios e o desenvolvimento das ferramentas tecnológicas, que além de oferecer as suas próprias oportunidades também abriu campo para a abertura de novas empresas em diferentes setores [...].

Assim, segundo Dolabela (2006) o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza. Buscando fazer negócios através de uma economia criativa, colaborativa, visando o lucro social, e não o lucro meramente financeiro.

Desta forma, o Empreendedorismo Jovem, enquanto segmento do empreendedorismo, apresenta a mesma perspectiva de dificuldades de definição e delimitação da área (FILION, 1999), embora seja o campo do empreendedorismo cujo o agente tenha faixa etária média entre 18 e 34 anos de idade. Assim, segundo Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) o empreendedorismo é um processo dinâmico em que se evidencia o papel do empreendedor, especialmente do empreendedor jovem que vem se destacando e tendo maior participação na economia ao longo dos últimos anos.

No empreendedorismo jovem, conforme Borges, Filion e Simard (2008), também se destaca a existência de empreendedorismo em grupo, que consiste em dois ou mais jovens que optam por criar um negócio em sociedade, pois, inserir o jovem no mercado de trabalho

constitui um desafio, sendo o empreendedorismo uma nova dimensão para absorver a mão de obra jovem. Assim, a atividade empreendedora, na criação de um negócio, estabelece-se como alternativa de empregabilidade para o jovem brasileiro e também constituindo mais do que opção de ocupação e desenvolvimento profissional, mas também alternativa para inserção social e oportunidade de estímulo ao desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

Para Dominginhos, Pereira e Silveira (2007), muitos estudos consideram o papel do empreendedor como único para a criação do negócio, mas este se origina de um fenômeno coletivo, pois mesmo sendo em muitos casos uma ação individual, os empreendedores acessam recursos em suas redes pessoais e profissionais.

Por isso esclarece Filion (1999) que o conhecimento sobre características que envolvem os empreendedores pode fornecer subsídios para que se definam opções de capacitação de possíveis futuros empreendedores. Influenciando em suas escolhas, ações e comportamento, sendo importantes para a compreensão de como ocorre o processo de criação de negócios.

A atividade empreendedora, portanto, é desenvolvida por indivíduos que podem estar imersos em um contexto favorável, sendo estes influenciados pelo ambiente onde estão inseridos, havendo influências diversas, como por exemplo, influências familiares, de redes pessoais e profissionais, das condições socioeconômicas, da formação escolar.

Sendo assim, Dornelas (2001) afirma que um dos grandes motivos do crescimento de empresas abertas no país se dá pelos altos índices de desemprego, onde muitas vezes o desempregado usa o valor de sua rescisão provinda de seus direitos trabalhistas e se aventura no mercado, visando muitas vezes abrir não uma empresa, mas sim um “emprego”.

Deste modo uma pesquisa realizada em (2017) pelo projeto Global Entrepreneurship Monitor – GEM com apoio do SEBRAE no Brasil mostrou a taxa total de empreendedorismo (TTE) que foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18 – 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido. Em números absolutos isso representa dizer que é de quase 50 milhões o contingente de brasileiros que já empreendem e/ou realizaram, em 2017, alguma ação visando a criação de um empreendimento em um futuro próximo.

Assim segundo o estudo Juventude Conectada (2018), realizado pela Fundação Telefônica Vivo, em parceria com o IBOPE e a Rede Conhecimento Social, a maioria dos jovens brasileiros que optam pela abertura do seu próprio negócio quase a metade deles, 44%, não acreditam que empreender seja a melhor forma de ganhar dinheiro, e um terço dos

entrevistados declara que ser empreendedor não se trata de ter um trabalho com tempo flexível, 70% afirma que prefere ter um negócio próprio e se desafiar a criar produtos e/ou serviços.

Quando indagados a respeito do que significaria alcançar sucesso com um empreendimento, 60% dos entrevistados concordou que sucesso é ter um negócio de impacto, que traz benefícios pessoais e para a sociedade, enquanto para 56% trata-se de obter um bom lucro.

Portanto, para Dolabela (2006) é preciso estimular a cultura empreendedora jovem, pois, oferece graus elevados de autorrealização, porque faz com que trabalho, prazer e desafio pessoal andem juntos, principalmente para os empreendedores jovens. Visto que, as pequenas empresas atendem as necessidades e lacunas de mercados não atendidas pelas grandes empresas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A elaboração deste estudo utilizou-se de métodos e instrumentos de coleta de dados que serão fundamentais para que se alcance o resultado esperado. Quanto aos objetivos trata-se de um estudo descritivo metodológico que de acordo com Kauark, Manhães e Medeiros (2010, p. 28):

Visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática, assumindo, de modo geral, a forma de levantamento.

Quanto a abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois, não serão utilizados métodos estatísticos e numéricos, as informações coletadas pelo respondente da pesquisa serão interpretadas com base na sua percepção sobre o assunto tratado. Com base em Reis (2012, p. 61) a pesquisa qualitativa “[...] tem como objetivo interpretar e dar significados aos fenômenos analisados sem empregar os métodos e as técnicas estatísticas como base do processo de análise de um problema”.

O procedimento metodológico adotado foi o estudo de caso, que de acordo com Gil (2002, p. 54) “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. O estudo de caso pode ser compreendido como a busca de todos os conhecimentos possíveis sobre o tema pesquisado, que possibilite ao pesquisador uma visão ampla e concreta sobre seu tema central. No entanto, esse tipo de método não permite generalizações dos achados, posto que se baseia na análise de uma realidade pontual.

O procedimento de coleta de dados foi a entrevista, levada a cabo a partir de um questionário semiestruturado aplicada de forma física com perguntas abertas ao proprietário da empresa, optou-se pela aplicação do questionário por ser assim considerado a melhor forma para se alcançar o objetivo proposto pelo estudo e obter o máximo de informações possíveis.

Segue abaixo o questionário proposto:

Quadro 1 – Instrumento de coleta de dados

DADOS PESSOAIS	DADOS DA EMPRESA
Nome	Ramo de atuação
Gênero	Ano de abertura da empresa
Idade	Quantidade de funcionários
Escolaridade	Existem sócios na empresa?
Nome da empresa	Existem filiais?
Tempo de empresa	
Cargo/função	
SOBRE O PROCESSO EMPREENDEDOR	
Quais os motivos o levaram a tornar-se empreendedor?	
O seu negócio, você caracteriza como empreendimento por necessidade ou por oportunidade. Por que?	
Já possuía alguma experiência na área em que está atuando? Explique	
A gestão e a operação da empresa, envolve familiares? De que forma?	
Quais foram as principais dificuldades encontradas para iniciar seu negócio?	
Como você se preparou para iniciar seu negócio? Fez algum curso, graduação, treinamento, ou foi colocando a mão na massa e aprendendo?	
Recebeu algum tipo de apoio financeiro. De quem? (Família, amigos)?	
É importante que os funcionários desenvolvam um perfil empreendedor para trabalhar na empresa? Porque?	

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2020)

Quanto ao procedimento de análise dos dados realizou-se uma análise textual do questionário que de acordo com Luz (2008) consiste em buscar informações a respeito do autor do texto, verificar o vocabulário, entre outros, tendo como finalidade apresentar uma visão de conjunto da unidade.

3.1. Escopo da pesquisa

A Ricos Barbearia é uma empresa especializada em cortes de cabelos masculinos, recorte da barba e bigode e outros cuidados afins, que está sempre atenta para as novidades que vão surgindo, pois já atua no mercado desde 2008, possui sua sede localizada no Rio de Janeiro com mais duas filiais, localizada na cidade de Serra Branca – PB e Campina Grande – PB.

Partindo disto, o sujeito dessa pesquisa foi um empreendedor jovem de 29 anos, proprietário da empresa de barbearia supracitada na cidade de Serra Branca PB e Campina Grande PB.

Deste modo, espaços dedicados exclusivamente ao público masculino estão cada vez mais populares, diante disso a escolha dessa empresa deve-se ao fato da mesma possuir um conceito diferente, do moderno ao retrô, inovando no conceito de barbearia, oferecendo diversos serviços atrativos e com muitas vantagens para os clientes, dentre atendimento, preço e outros fatores, desta forma corroborando com os objetivos do estudo, ou seja buscar entender todos os fatores que fizeram com que o empreendimento tivesse sucesso.

Desta forma o jovem autorizou o uso das informações e dos dados para desenvolvimento da pesquisa conforme o (ANEXO A). No entanto, optou-se por não utilizar o nome do participante, e apenas o nome da empresa. Utilizando um questionário semiestruturado com 20 perguntas conforme exposto no (ANEXO B) com base na pesquisa bibliográfica prévia, com o intuito de investigar as principais questões sobre o tema.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DO ESTUDO DE CASO

Nessa seção será apresentada a análise de dados que está presente em vários estágios da investigação, tornando-se mais sistêmica e mais formal após o encerramento da coleta de dados, apresentando as respostas do pesquisado de forma organizada. O questionário aplicado coletou as principais informações sobre o tema. Onde as primeiras questões eram voltadas mais para o aspecto pessoal do entrevistado.

O jovem de inicial **M**, possui 29 anos, natural de Serra Branca PB, tem o ensino fundamental incompleto, se mudou para o Rio de Janeiro com 7 anos. Tem como experiência profissional cabelereiro e barbeiro e trabalha na empresa Ricos Barbearia há 12 anos.

De início foi perguntado alguns dados sobre a empresa, na qual ele respondeu que:

“A empresa está em funcionamento desde 2008 possui em média 11 funcionários no total, com duas filiais nas cidades de Campina Grande e Serra Branca, ambas no interior da Paraíba”.

Após isso foi perguntado o que o levou ele a se tornar um empreendedor, e se ele caracteriza o empreendimento por necessidade ou por oportunidade, o mesmo respondeu que:

“Me tornei um empreendedor para ter minha independência, acredito que todo mundo pensa em abrir seu próprio negócio para que assim tenha uma melhor qualidade de vida, conseguindo conciliar trabalho e família. E a satisfação em poder ajudar várias pessoas a melhorar de vida”

Corroborando com o que foi dito pelo entrevistado e de acordo com um estudo realizado pela Fundação Telefônica Vivo, em parceria com o IBOPE e a Rede Conhecimento Social, a maioria dos jovens brasileiros entre 15 e 29 anos que fazem parte do universo do empreendedorismo considera que empreender é ter um propósito, conseguir colocar em prática seus sonhos, liderar ideias criativas e ser protagonista da própria vida

Em seguida ele expôs que caracteriza a abertura do seu negócio por necessidade:

“pois eu tinha vontade de empreender; de um dia ter meu próprio negócio. Daí como já tinha experiência como cabelereiro resolvi abrir meu salão.”

Em seguida foi perguntado se ele recebeu algum incentivo ou apoio da família ou amigos. E a resposta foi *não*. Corroborando com a pesquisa Juventude Conectada Edição Especial Empreendedorismo (2018), que também apontou a tendência da educação formal e familiar

com vistas a estimular mais a busca por segurança financeira que a autonomia nos negócios. O empreendedorismo ainda é visto por muitos como algo transgressor e arriscado.

Após foi perguntado quais foram as dificuldades encontradas na abertura da barbearia e se a gestão e a operação da empresa, envolve familiares. Então ele respondeu que:

“A maior dificuldade foi em calcular os custos antes de abrir a empresa, lidar com a concorrência, ou seja, lidar com a competição das grandes empresas, conciliar o profissional com a vida pessoal e tornar a empresa conhecida no mercado.”

“Conto com meu cunhado como sócio na parte de gerenciamento”.

Então é perceptível que empreender no Brasil e abrir um negócio é sonho de muitos. Para consolidar seu negócio no mercado atual é preciso buscar sempre conhecimento e investir em boas ferramentas e métodos de gestão empresarial.

Em seguida, foi perguntado se já possuía alguma experiência na área que está atuando e como se preparou para iniciar seu negócio, se fez algum curso, treinamento e afins. Na qual ele respondeu que:

“Trabalhei por dois anos como auxiliar de cabelereiro em um salão feminino. Logo após, abrir meu salão de cabelereiro unissex, hoje barbearia. Me preparei colocando a mão na massa e aprendendo e ao logo dessa caminhada de 15 anos tive a oportunidade de participar de diversos cursos de aperfeiçoamento”.

Diante do que foi descrito pelo entrevistado a falta de conhecimento e experiência foram um de seus desafios, e é o que muitos jovens que são empreendedores costumam enfrentar, mas não são os únicos desafios enfrentados. De acordo com uma pesquisa da Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE), os jovens empreendedores veem a burocracia e a alta carga tributária como os principais entraves para o seu negócio.

Por último foi abordado se ele acha que é importante os funcionários desenvolverem um perfil empreendedor para trabalhar na empresa então ele respondeu:

“Sim, pois serão capazes de promover transformações incríveis para todo tipo de trabalho desde os clientes aos demais funcionários, através disso trazer e obter soluções inovadoras e diferentes.”

Corroborando com o que foi dito, o estudo realizado pela juventude conectada (2018) aponta que 75% dos entrevistados concordam que o empreendedor não deve se acomodar, ou seja, precisa inovar e assim estimular demais pessoas.

Portanto, fica claro de acordo com as respostas do entrevistado que ele passou por diversas dificuldades para conseguir abrir seu negócio, a falta de conhecimento e experiência, ajuda familiar. São desafios que o jovem empreendedor costuma enfrentar, mas não são os únicos, principalmente por ser um empreendimento que existem vários concorrentes no mercado brasileiro e na qual, precisa sempre ir em busca de inovação para atrair novos clientes e que através disso faz perceber que existem algumas barreiras que precisam ser superadas por quem tem o desejo de empreender.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Deste modo, o procedimento da pesquisa proporcionou observar, além das possibilidades teóricas, a importância do empreendedorismo jovem, analisar as dificuldades, os motivos e experiências que levam um jovem a se tornar um empreendedor. Como já foi discutido e abordado nas sessões anteriores o empreendedorismo jovem apresenta-se como uma forma de inclusão de jovens no mercado de trabalho e em contrapartida é uma forma de promoção do desenvolvimento tanto social como econômico brasileiro.

Portanto, o objeto de estudo desse trabalho o proprietário da empresa Ricos Barbearia, com base nas observações e nas informações levantadas e nos dados obtidos, vem destacar que, de acordo com as respostas do jovem é perceptível, que iniciar no mundo do empreendedorismo não é nada fácil principalmente quando se é jovem, as dificuldades encontradas no início da abertura do seu negócio, em lidar com os custos, as responsabilidades e a necessidade de melhorar de vida e para conseguir sua independência e desta forma conseguir ajudar outras pessoas com seu trabalho.

Deste modo conclui-se que, o fato de os jovens estarem cada vez mais empenhados em abrir o próprio negócio faz parte de um aprendizado relativo, onde as condições sociais, econômicas e culturais estão forçando esses jovens a se aventurarem no mundo do empreendedorismo.

Desta forma os autores ratificam a importância dos projetos do SEBRAE, como de outras instituições para que atuem como alicerce e guia para as ideias dos jovens empreendedores. Contudo, os autores concluem que empreender é um fator primordial para o aprendizado por meio de práticas gerenciais que envolvem vários atributos e experiências que geram uma negociação de significados.

A atividade de empreender, de acordo com o que já foi ressaltado anteriormente é vista como um processo de aprendizagem, que prepara todos os jovens por meio de práticas, para transformar suas habilidades para participar do mundo, mudando alguma coisa ou a si próprios. A ação empreendedora constitui trajetória de participação, ou seja, constitui histórias pessoais na relação com a história das comunidades, conectando o passado ao futuro, num processo tanto individual como coletivo.

Assim, pode-se afirmar que empreender não é uma aventura, trata-se de uma decisão tomada depois de ter uma ideia de negócio, onde é necessário reunir habilidades que podem ser aperfeiçoadas e aprendidas por meio de estudos. Pois, as dificuldades são imensas para todos que vivem desse mundo. Por isso procurar por oportunidades de negócios e trabalha-las de

forma correta, fazendo um rigoroso estudo para verificar o que pode realmente funcionar ou não, é o ponto chave para se pensar em empreendedorismo jovem.

Desta forma, esse estudo traz uma contribuição para a sociedade como um todo, visto que, o empreendedorismo tem um impacto muito positivo para a economia de qualquer país assim o empreendedor contribuir para uma melhora na economia, geração de empregos e inovação para o mercado. Na qual um bom empreendedor é visionário, ou seja, ele enxerga além e, com isso, consegue observar quais são os recursos não explorados na região que pretende atuar, criando oportunidades de negócios e assumindo o risco calculado de suas ações.

Assim, reafirmo a importância do estudo sobre o empreendedorismo jovem pois, um empreendedor além de verificar oportunidades de negócios e estabelecer sua empresa no mercado, também fica atento às expectativas e necessidades da sociedade. Ou seja, oferece os produtos e serviços necessários e esperados pelos clientes alvo de sua empresa, mas sem esquecer da responsabilidade social, promovendo um ambiente mais sustentável e uma sociedade mais justa.

Deste modo, espero que este trabalho possa ter continuidade, pois esse tema gera muitas discussões e é inesgotável, podendo ser desdobrado em estudos futuros que superem a sua limitação devido ao escopo reduzido, por meio da ampliação da aplicação do instrumento de coleta de dados com um público maior, a fim de constituir uma amostra significativa para tecer inferências generalizáveis.

REFERÊNCIAS

- BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. In: V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Anais..., São Paulo, 2008. Disponível em: http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/196_trabalho.pdf. Acesso: 14 de fevereiro de 2020.
- BULGACOV, Y. L. M.; et. al. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? In: Revista de Administração Pública (RAP), n.45, maio/jun – 2011, p.695-720. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.
- BRASIL, S. A.; BRASIL, C. F.; NOGUEIRA, C. R. Empreendedorismo jovem: fatores que contribuem para a atividade empreendedora. Maringá, 2013.
- CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. In: Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA), v.6, n.4, out-dez/2012, p.124-143.
- COAN, Marival. Educação para o Empreendedorismo como Estratégia para Formar um Trabalhador de Novo Tipo. In: IX ANPED SUL – Seminário de Pesquisa em Educação da Região SUL, 2012, Caxias do SUL. Anais... Anais do: IX ANPED SUL: Universidade de Caxias do Sul, 2012, p. 1-15.
- CONAJE. Carga tributária, burocracia e gestão são os maiores desafios dos jovens empresários brasileiros, 2018. Disponível em <<https://conaje.com.br/projetos/pesquisa-conaje/>> Acesso 12 de maio 2021.
- CUSTODIO, Telma Padilha. A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio. Lins SP, 2011.
- DELORS, Jaques. Educação: um tesouro a descobrir - Relatório para Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC/UNESCO, 1999.
- DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006. 312p.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 166 p.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299p.
- DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor – entrepreneurship. São Paulo: Pioneira, 1987.

Empreendedorismo no Brasil. Relatório executivo 2017.
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> acesso 27 de novembro de 2020

ENDEAVOR BRASIL. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras -2012. Disponível em: <http://unp.br/wp-content/uploads/2014/02/Endeavor-Empreendedorismo-nasUniversidades-Brasileiras-2012.pdf>> Acesso em 4 de maio de 2020

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In: Revista de Administração, v.34, n.2, abril-junho/1999, p.05-28. Disponível em: http://www.dge.ubi.pt/msilva/OE_OGE/Empreendedorimo.pdf. Acesso em: 14 de fevereiro.

Fundação vivo. Disponível em: < <https://fundacaotelefonicaoivivo.org.br/juventudes-e-conexoes/>> Acesso em 03 de abril de 2021

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. Ed. São Paulo: Atlas. 2002.

GONÇALVES, Vinicius. Empreendedorismo Jovem. Disponível em: < > Acesso em 12 de fevereiro de 2020

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. Research Policy, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, A. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.

LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. In: Revista de Ciências da Administração, v. 11, n. 24, mai/ago – 2009, p. 246-277. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2009v11n24p246/12623>. Acesso em: 20/04/2020.

LUZ, Claudio. 2008. LEITURA, ANÁLISE, INTERPRETAÇÃO E SÍNTESE TEXTUAL (LEITURA). Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/leitura-analise-interpretacao-e-sintese-textual-leitura#:~:text=An%C3%A1lise%20Textual%20%C3%A9%20a%20leitura,e%20um%20esquema%20do%20texto.&text=Quando%20se%20faz%20an%C3%A1lise%20de,autor%20que%20originou%20o%20texto>>

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C.H. Metodologia da pesquisa: guia prático. Itabuna. Via Litterarum, 2010. 88p.

O que os jovens pensam sobre o empreendedorismo? Conheça as principais descobertas da pesquisa juventude conectada. Disponível em: <<https://cer.sebrae.com.br/o-que-os-jovens-pensam-sobre-empreendedorismo/>> Acesso em 23 de setembro de 2020.

PAIVA, F.H.D. Cultura e prática empreendedoras: um estudo de caso em instituição de educação tecnológica no Brasil. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, UFRN, Natal, 2002

Paiva Júnior, F.G.; Leão, A.L.; Melo, S.C. Competências empreendedoras em comportamento de dirigentes de êxitos sociais reconhecidos. In: ENANPAD, 2003, Salvador. Anais... Salvador: Enanpad, 2003.

PELOGIO, E. A.; ROCHA, L. C. S.; MACHADO, H. V.; AÑEZ, M. E. M. Criação de Empresas à Luz do Modelo de Decisão effectuation: Um estudo com mulheres empreendedoras no município de Currais Novos/RN. Rio de Janeiro: XXXV Encontro do ANPAD, 2011.

Portal da educação. Disponível em:

<<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/a-historia-do-empendedorismo/48798>> acesso em 03 de abril 2021

REIS, Linda G. Produção de monografia da teoria à prática: o método educar pela pesquisa (MEP). 4. Ed. Brasília: Senac-DF. 2012.

REZENDE, Raquel. Empreendedor – Negócios Criativos, Inovadores e Rentáveis. Cultura Empreendedora Deve Começar na Sala de Aula. 2014. Disponível em: <http://empreendedor.com.br/noticia/cultura-emprededora-deve-comecar-nas-salas-de-aula/>> Acesso em 02 de maio de 2020

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE- <http://www.sebrae.com.br/br/home/index.asp/> - acessado em 08 de abril de 2020.

ILVEIRA, A. Carlos. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. Disponível em: <http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2021.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a Field of research. In: Academy of Management Review, v.25, n.1, 2000, p.217-226. Disponível em: www.jstor.org/discover/10.2307/259271?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102539411073. Acesso em: 03 de março de 2020.

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.

TEIXEIRA, R. M. et. al.; Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. In: Revista de Gestão – USP (REGE), v.18, n.1, jan/mar - 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/0>. Acesso em: 03 de março de 2020.

URIARTE, Luiz Ricardo. Identificação do perfil intraempreendedor. Florianópolis, 2000. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2000.

Universia br. O empreendedorismo jovem no brasil. 2019. Disponível em:

<<https://www.universia.net/br/actualidad/actualidad.emplo.o-emprededorismo-jovem-brasil-1165447.html>> Acesso 03 de abril de 2021.

ZOUAIN, D. M.; OLIVEIRA, F. B.; BARONE, F. M. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. In: Revista de Administração Pública (RAP), n.41, jul/ago – 2007, p.797-807. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n4/a09v41n4.pdf>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2019.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

EU, Michael de Melo Meira (assinatura) estou sendo convidado a participar da pesquisa de título: Fatores que contribuem para a atividade empreendedora na juventude, que tem como pesquisador responsável o aluno, Diogo Sávio Cassimiro Pereira, do Curso de Ciências Contábeis da UEPE, Campus VI, sob orientação do professor: Me. Fábio Adriano Pereira da Silva.

A pesquisa apresenta os seguintes objetivos:

- 1- Analisar quais os motivos que levaram o empreendedor jovem a optar pelo seu próprio negócio;
- 2- Analisar as dificuldades enfrentadas por ele;
- 2- Verificar quais as estratégias de negócios usadas na sua empresa;
- 3- Analisar os benefícios e conhecer as ferramentas utilizadas por ele.

Para que este objetivo seja alcançado, será utilizada pesquisa de campo baseada praticamente por meio da observação direta, com aplicação de questionário semiestruturado atrelado a um estudo de caso. No aspecto para o tratamento dos dados será aplicado o método qualitativo.

A pesquisa não apresenta, a priori, riscos de ordem física ou de saúde.

A mim caberá informar dados, responder às questões formuladas, desde que pertinentes ao tema investigado.

Ao pesquisador caberá o desenvolvimento da pesquisa de forma confidencial e ética, conforme preconizado na resolução 456/2012, revelando os resultados sempre que solicitado pelo participante.

Foi-me esclarecido que:

- Minha participação é voluntária e não remunerada. Logo não implica nenhum ônus nem ônus, sendo todos os encargos financeiros por conta do pesquisador;

- Poderei me recusar a participar, ou retirar meu consentimento a qualquer momento da realização do trabalho proposto sem necessidade de justificativa, não havendo penalização ou prejuízo para mim;

- Poderei também me recusar a responder qualquer pergunta, caso ache necessário.

- Foi-me informado que os resultados da pesquisa, inclusive as minhas declarações, somente serão utilizadas e divulgadas em eventos e publicações científicas ou nas organizações que autorizaram a investigação, desde que se garanta o sigilo dos dados obtidos neste trabalho, assegurando assim a minha privacidade neste projeto científico;

- Qualquer dúvida ou solicitação de esclarecimento poderá contatar a equipe científica a saber:

tel. 1231 9 8842 3535

FANIO@PEI.MG300.COM

Após consentimento dos participantes através da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Monteiro PB, 08/10/2020

Diego Siqueira Cavalcanti Pereira
Pesquisador responsável

Leandro Augusto Peres de Silva
Pesquisador orientador

Michael de Moura Medeiros
Voluntário

Regina F. Albuquerque
Testemunha

APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

QUESTIONÁRIO

Nome:
Gênero: Idade:
Escolaridade:
Nome da empresa:
Tempo de empresa:
Cargo/Função:
Experiência profissional:

Dados da empresa

Ramo de atuação:
Ano de abertura:
Quantidade de funcionários:
Existem sócios na empresa:
Existem filiais:

Em relação ao público-consumidor

Sobre o Processo Empreendedor

1. Quais os motivos o levaram a tornar-se empreendedor?
2. O seu negócio, você caracteriza como empreendimento por necessidade ou por oportunidade. Por que?
3. Quais foram as principais dificuldades encontradas para iniciar seu negócio?
4. Recebeu algum tipo de apoio financeiro. De quem? (Família, amigos)?
5. Já possuía alguma experiência na área em que está atuando? Explique.
6. A gestão e a operação da empresa, envolve familiares? De que forma?
7. Como você se preparou para iniciar seu negócio? Fez algum curso, graduação, treinamento, ou foi colocando a mão na massa e aprendendo?
8. É importante que os funcionários desenvolvam um perfil empreendedor para trabalhar na empresa? Porque?