



EMPREENDEDORISMO JOVEM: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS JOVENS EMPREENDEDORES DA REGIÃO DA ZONA DA MATA MINEIRA

Autor: Emily Maria Dutra de Oliveira

Orientador: Lilian Beatriz Ferreira Longo

Curso: Administração Período: 8º Área de Pesquisa: Empreendedorismo Jovem

Resumo: O empreendedorismo jovem tem ganhado destaque no cenário econômico, pois trata-se da inserção de jovens com idade entre 18 e 21 anos que iniciam o seu próprio negócio para prestar serviços ou produzir produtos. Assim, pretende-se com esse estudo identificar quais os motivos que levam o jovem a empreender, bem como as dificuldades e desafios encontrados no empreendedorismo jovem na região de Manhuaçu/MG. A partir de uma pesquisa descritiva com aplicação de uma entrevista semiestruturada buscou-se entender as percepções dos jovens empreendedores da região de Manhuaçu/MG. Os resultados apontaram que esses jovens empreendedores adentram neste cenário algumas vezes por necessidade e outras por oportunidade, mas é comum a todos a busca por uma vida com mais qualidade, a realização profissional e pessoal a partir de um ramo de atividade que seja do seu interesse. Conclui-se, portanto, que os jovens empreendedores da região encontraram na possibilidade de empreender um caminho para trabalhar com o que gostam e com isso obter uma vida com mais qualidade realizando uma atividade que lhe agrada e que também lhe dá retornos financeiros.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Jovem; Negócio; Percepção.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um processo importante para o mercado, pois trata-se da implementação de novos negócios e até mesmo de mudanças em empresas que já existem, estando relacionado com a criação de empresas e produtos onde geralmente estão envolvidos riscos e a inovação. Tem se destacado neste cenário o chamado empreendedorismo jovem que se refere à estratégia de inclusão do jovem, muitas vezes sem experiência profissional, no mercado de trabalho por meio da constituição de uma empresa própria (SINHA *et al*, 2016). Assim, entre os motivos que levam o jovem a empreender estão o desejo de alcançar independência, buscar autonomia, ter o próprio negócio e a ausência de oportunidades atrativas (FERREIRA; LOIOLA; GONDIM, 2017).

O empreendedorismo jovem é importante meio de promoção do desenvolvimento socioeconômico no país, pois permite a entrada do jovem no mercado de trabalho que tem se tornado cada vez mais competitivo e tem exigido qualificação para exercer a gestão de negócios. Para tanto, torna-se necessário que os jovens empreendedores se preparem tecnicamente para atuar na área a fim de obter resultados satisfatórios para o seu negócio a partir de um eficiente processo de gestão (PREEDY; JONES, 2017). Diante disso, o problema desta pesquisa consiste em descobrir: quais os motivos que levam o jovem a empreender, bem como as dificuldades e desafios encontrados no empreendedorismo jovem na região de Manhuaçu/MG?

Estudos apresentados por Reis e Santos (2021), Cezarino e Garcia (2021) e Martins, Veiga e Cortez (2020) demonstram que o empreendedorismo jovem tem um significativo impacto no mercado, pois contribui para o desenvolvimento regional e torna-se um instrumento de geração de renda e emprego favorecendo toda a sociedade. Contudo, as dificuldades de empreender correspondem a um importante fator para os jovens empreendedores que cada vez mais tem se preocupado em estabelecer negócios que entendam as demandas da sociedade (SEBRAE, 2018).

Do ponto de vista regional, estudos demonstram que na Zona da Mata as motivações para o empreendedorismo jovem também estão relacionadas com o empreendimento por necessidade e por oportunidade. Jovens empreendedores demonstram que entre suas motivações para empreender estão a oportunidade de alcançar autonomia pessoal e financeira, a realização pessoal e a chance de aproveitar as oportunidades de negócios dentre outras segundo Cezarino e Garcia (2021). Contudo, existem dificuldades como a falta de recursos financeiros, a inexperiência, a insegurança, ausência de melhores oportunidades de emprego e o desemprego que incentiva o empreendedorismo por necessidade, além disso, os empreendedores jovens relatam que são consideradas como dificuldades: o iniciar do projeto, a adesão dos clientes, a liderança, a falta de planejamento e o desgaste físico e mental (MARTINS; VEIGA; CORTEZ, 2020).

Desta forma, o objetivo deste estudo é identificar os motivos que levam o jovem a empreender, bem como as dificuldades e desafios encontrados no empreendedorismo jovem na região da Zona da Mata Mineira.

2. DESENVOLVIMENTO

A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um fenômeno que acontece em todo o mundo e tem

ganhado destaque no contexto econômico, social e até mesmo político, pois representa um grupo de pessoas que encontra oportunidade de realização de negócios e contribuem para a ampliação da economia, seja na geração de emprego, no incentivo ao comércio e na criação de novas oportunidades de negócios (SILVA; SILVA, 2019).

O empreendedorismo se apresenta como um fenômeno de várias facetas em que estão envolvidas ações relacionadas aos novos negócios, ao emprego, à inovação impactando o desenvolvimento do país. É um movimento caracterizado pelo aspecto inerente ao empreendedor que vai em busca de encontrar oportunidades para a realização de negócios, onde percebe-se que o empreendedor não está acomodado, mas determinado a enfrentar obstáculos e viabilizar os seus projetos ainda que não possuam todos os recursos necessários (COSTA; ARAGÃO, 2022).

Tal atividade é antiga não sendo um conceito originado na sociedade contemporânea. Mas foi em 1970 que utilizou-se pela primeira vez o termo empreendedorismo para se referir a uma pessoa que controlava determinada empresa. Mas foi com a emergência de mercados capitalistas e a partir da evolução de fábricas e manufaturas que o termo passou a ter maior destaque (COSTA; BARRADAS, 2022).

Contudo, com o passar dos tempos o conceito de empreendedorismo foi se modificando e evoluindo acompanhando as transformações sociais de forma que adquiriu novos contornos ao longo do tempo sendo objeto de estudos. Assim, a partir da década de 70 o empreendedorismo passou a ser observado em função das mudanças econômicas como é o caso da influência da tecnologia tanto nas indústrias quanto nas grandes empresas (LANDSTRÖM, 2020).

A explosão da globalização gerou muitas demissões e muitas empresas não conseguiram se manter, com isso as pessoas ficaram sem perspectiva de encontrar trabalho formal e então deu-se início a um grande movimento de abertura de seus próprios negócios por aqueles que desejam empreender (COSTA; BARRADAS, 2022).

A ação empreendedora, portanto, permite a reestruturação de negócios e empresas, propor novos projetos, negócios ou produtos para uma organização que já existe bem como refere-se à iniciação de um negócio ou empresa e também a estruturação de projetos ou negócios sociais. Consiste em realizar negócios assumindo riscos provenientes de ações e iniciativas. O empreendedor é autônomo, gera seu próprio emprego (LOPES, 2017).

Reforça tal pensamento Bröckling (2016, p. 8) ao declarar que,

o Chamado para agir como um empreendedor da própria vida produz um modelo para as pessoas entenderem o que elas são e o que devem ser e lhes diz como trabalhar sobre si mesmas a fim de tornar-se o que devem ser. Em outras palavras, o *self* empresarial é uma forma de subjetivação. Como tal, a atividade empreendedora é menos um fato do que um campo de força. Ela é uma meta pela qual os indivíduos lutam, uma medida segundo a qual eles julgam sua conduta, um exercício diário para trabalhar sobre o *self* e, por fim, um gerador de verdade pelo qual eles chegam a conhecer a si mesmos.

O empreender está relacionado com um processo de aprendizagem que é proativo onde se permite ao indivíduo construir e reconstruir o que enxerga do mundo, de modo que seja possível modificar-se a si mesmo e a atuar em favor de sua realização. O empreendedor é aquela pessoa com criatividade, que possui

capacidade de estabelecer e de alcançar seus objetivos e por meio de sua consciência busca oportunidades de negócios, toma decisões para desenvolver e realizar suas visões de negócio (CRAMMOND, 2020).

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2018) explicam que diante de sua função o empreendedorismo tem sido considerado como uma importante atividade na sociedade, pois favorece o desenvolvimento econômico e social. Logo, o empreendedorismo é atividade importante na sociedade, pois permite a criação e aplicação de inventos na geração de riqueza.

O empreendedorismo está relacionado com a capacidade do indivíduo de criar um empreendimento novo em razão de sua motivação, seja ela uma necessidade pessoal, pela interação com o meio ou por encontrar uma nova oportunidade de negócios (DORNELAS, 2018). Desta forma, pode o empreendedor criar uma nova empresa ou desenvolver um novo processo ou produto em uma empresa que já existe a fim de potencializar sua atividade, contribuir para o seu crescimento e sucesso.

Cabe ao empreendedor estar sempre descobrindo e explorando oportunidades, pois esta é a essência do empreendedorismo (CHIAVENATO, 2018). Por isso, a ação empreendedora está sempre evoluindo, em constante adaptação às oportunidades que o mercado vai oferecendo, encontrando novos nichos para desenvolver ou aprimorar os negócios favorecendo o desenvolvimento social e econômico em seu entorno.

O fenômeno do empreendedorismo tem se mostrado cada vez mais como um elemento essencial para o desenvolvimento econômico, fortalecendo essa cultura (CHIAVENATO, 2018). Para empreender é necessária a capacidade de buscar a mudança de maneira criativa, reformulando e recriando produtos, serviços e ambiente, buscando oportunidades e assumindo riscos. O empreendedor deve possuir energia, material, ideias e atitudes e suas ações também são direcionadas à comunidade (CHIAVENATO, 2018). Tudo isso gera um ambiente propício ao empreendedorismo que se constitui a partir de novos mercados e novas oportunidades. Por isso, tem ganhado destaque no contexto econômico o estímulo à cultura empreendedora formando potenciais empreendedores.

O EMPREENDEDOR E SUAS MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

O empreendedorismo se tornou fator determinante na constituição de novos negócios, bens, serviços, empregos, avaliação do desenvolvimento econômico e também no que se refere às mudanças sociais. O empreendedor é uma pessoa que está sempre em constante movimento e aberto à encontrar oportunidade para que possa fazer delas uma atividade (REIS; SANTOS, 2021). Assim, é influenciado por fatores internos e externos que favorecem o surgimento do empreendedorismo. Além disso, permite tanto melhorar a produção e gerar riquezas quanto favorecem a promoção de importantes transformações nos negócios e na sociedade (KRUGER; RAMOS, 2020).

Revelam Rosa (2020) que o empreendedor é aquele que agrega valor a produtos e também a serviços sempre buscando realizar uma gestão de recursos de maneira eficiente e com eficácia. É uma pessoa que está sempre explorando as oportunidades originadas em fatores como tecnologia, preferência dos consumidores, normas sociais e outros fatores.

A ação empreendedora reflete a sua vontade de aproveitamento de pontecialidades racionais e intuitivas. É importante para a atividade a busca pelo

autoconhecimento, busca constante pelo aprendizado e abertura para experiências e paradigmas para promover o empreendedorismo. Nos dizeres de Kruger e Ramos (2020),

Esses indivíduos não são atores sociais estáticos, no que diz respeito ao comportamento; ao contrário, são seres dinâmicos. [...] características pessoais, incluindo a capacidade inovadora, a experiência acumulada e o aprimoramento constante das habilidades de criar e de gerenciar negócios são a chave para os empreendedores serem bem-sucedidos.

Schumpeter (2017) considera-se empreendedor, aquele que realiza seus projetos com criatividade e com motivação. O economista Joseph Schumpeter em 1934 definiu que o papel do empreendedor está relacionado com uma ação que seja inovadora e criativa, portanto, não se restringe à construção de novos negócios, mas refere-se à constituição de métodos para produção, abertura de novos mercados, encontrar materiais alternativos e promover mudanças na estrutura da organização.

Ou seja, empreendedor é aquele que é capaz de transformar o seu talento em algo real, em um negócio real, gerando benefícios financeiros a partir de sua atividade criativa onde contribui para a manutenção da economia da sua região. O empreendedor enxerga a oportunidade de criar novos produtos, novas técnicas de produção e novos mercado (REIS; SANTOS, 2021).

De acordo com Dornelas (2018) é necessário considerar que o desenvolvimento da atividade se dá em razão de determinadas motivações, que são fatores impulsionadores do empreendedorismo. Neste sentido, o indivíduo é influenciado pelas condições nacionais, por suas percepções individuais, por sua necessidade, pelas oportunidades existentes ou por suas competências e conhecimentos para ingressar na atividade empreendedora.

Assim, em determinados casos, pessoas empreendem em razão de necessidades financeiras ou pela falta de emprego que as leva a constituírem uma empresa. Outro fator determinante é a oportunidade de novos negócios, onde a pessoa enxerga possibilidades de explorar novos negócios no mercado e então decide empreender para aproveitar tais oportunidades e a percepção que os mesmos possuem sobre sua capacidade, ou seja, seus conhecimentos, competências e habilidades que pode lhe proporcionar sucesso no empreendimento (CEZARINO; GARCIA, 2021).

EMPREENDEDORISMO JOVEM COMO FERRAMENTA PARA IMPULSIONAR O DESENVOLVIMENTO

No Brasil o empreendedorismo jovem, realizado por jovens a partir dos 18 anos, tem se tornado uma parcela relevante dos negócios demonstrando a relevância desses jovens no cenário econômico. Em 2018 o GEM estipulou existir no país 5,4 milhões de jovens empreendedores, na faixa etária de 18 a 24 anos. Importante mencionar que o empreendedorismo tem sido sustentado por pequenos negócios demonstrando a força deste setor (GEM, 2018). O GEM revela que em 2018 a taxa de empreendimentos brasileiros alcançou o patamar de 38% o equivalente a 52 milhões de pessoas empreendendo, dentre os quais estão jovens empreendedores com idade a partir de 18 anos (CARMO *et al.*, 2021).

Para a atuação do empreendedor são necessárias características básicas

como apresentado por Farah, Cavalcanti e Marcondes (2018): capacidade para assumir riscos, aproveitamento de oportunidades com iniciativa e força de vontade, a busca constante por informação e conhecimento no setor empresarial, planejamento e senso de organização, liderança, comprometimento pessoal aliado ao otimismo, persistência e espírito de empreendedor e por fim a autoconfiança e independência pessoal.

O empreendedor deve ter senso de oportunidade, agressividade e energia para realizações, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade, resistência, criatividade, propensão ao risco, liderança, carisma, habilidade para realização e de relacionamento. Características que os jovens possuem facilidade de ter e desenvolver (DELGADO, 2018).

O empreendedorismo jovem tem ganhando maior impulso no intuito de reduzir o desemprego entre os jovens e possibilitar maior acesso ao mercado de trabalho, por isso políticas públicas neste sentido tem sido desenvolvidas, como é o caso do programa Jovem Empreendedor que inicialmente criou oportunidades de trabalho e renda para esse grupo de jovens entre 18 e 24 anos (SILVA; CRESPO; GIL, 2017).

Um fator relevante, apresentado no estudo de Dornelas (2018) é que o empreendedorismo por necessidade ingressam nessa área motivado por crises financeiras e econômicas ou até mesmo por falta de qualificação para continuar no mercado e acompanhar os avanços tecnológicos.

De fato há uma crescente participação do jovem no mercado empreendedor demonstrando ser este um reflexo do mercado mais flexível. Acrescenta-se os pensamento de Reis e Santos (2021) que revelam que,

[...] o que motiva os jovens empreendedores a criarem seu próprio negócio é o interesse em ganhar dinheiro, ser independente e o sonho de ter sua própria empresa. Os jovens veem isso como uma forma de realização pessoal, na busca por recursos que os levam também à realização de outros objetivos futuros. Os fatores socioeconômicos também influenciam os jovens a realizarem esse tipo de investimento na carreira profissional, como ser o filho mais velho, ter formação universitária e ter trabalhado em uma empresa com mais de 100 funcionários, por exemplo, faz com que o futuro empreendedor crie uma visão mais ampla sobre o mercado e tenha vontade de ter seu próprio negócio (REIS; SANTOS, 2021, p. 47-48).

A busca por empreender na juventude está muito relacionada com a independência e a autonomia dos jovens. Além disso, eles consideram que a atividade pode ser configurar como um propósito de vida ou como uma realização pessoal. A atuação do jovens empreendedores tem forte influência no desenvolvimento econômico e social regional (MARCOVITCH; SAES, 2018). Essa atuação promove importantes transformações sociais, pois movimentam toda a economia produzindo novas ideias, criando emprego e impulsionando talentos e competências (CHIAVENATO, 2021).

Além disso, é necessário considerar que os jovens empreendedores encontram em seu caminho inúmeros desafios internos e externos ao desejarem iniciar um negócio próprio, como dificuldades de realizar gestão financeira, entraves no processo de vendas e comercial que podem prejudicar os seus ganhos. Outro desafio importante a ser considerado é a gestão de pessoas, de processos, de tempo e o marketing que configuram em entraves àqueles que desejam empreender sem experiência.

Considerando os desafios ou dificuldades externas os jovens empreendedores se deparam com o sistema tributário brasileiros, a burocracia para iniciar um negócio bem como a informalidade e a concorrência, outros fatores levantados foram as dificuldades de acesso ao crédito, a ausência de políticas públicas direcionadas aos jovens empreendedores, a falta de um ecossistema que incentive o empreendedorismo e a logística, todos esses desafios foram elencados por Cezarino e Garcia (2021) ao retratar o cenário que os jovens empreendedores encontram ao iniciar nesse contexto.

2.2. METODOLOGIA

Para a realização desse estudo foi utilizada a metodologia descritiva que consiste na coleta de dados por meio de entrevista semiestruturada (MARCONI; LAKATOS, 2017).

A pesquisa foi desenvolvida por meio da abordagem qualitativa, uma vez que para Zanella (2013) permite analisar o fenômeno que está em estudo considerando as percepções dos envolvidos na pesquisa de forma que se considere todos os pontos considerados relevantes.

Além disso, foram realizadas entrevistas com roteiro semiestruturado, que se configura como um meio para a coleta de dados que confere ao investigador a possibilidade de se apresentar para o investigado formulando perguntas a fim de que os dados obtidos sejam do interesse da pesquisa (GIL, 2017).

O levantamento da amostra se deu a partir de uma amostra não probabilística pelo método acessibilidade em que a amostra é formada por uma população acessível (MARTINS; DOMINGUESS, 2019).

Revela-se ainda, a aplicação do método de saturação de dados comumente utilizados para pesquisas qualitativas em variadas áreas de estudo de forma que se fecha o tamanho final da amostra que está em estudo em que não se permite a captação de novos componentes (YIN, 2016).

Os dados coletados foram analisados a partir da análise de conteúdo em que se busca desvendar criticamente as informações que foram recebidas de forma que seja possível compreender, utilizar e aplicar conteúdos explicando as relações acerca dos temas que estão sendo pesquisados (BARDIN, 2016).

Para analisar as entrevistas, os dados coletados foram categorizados de maneira que pudesse compreender a percepção do jovem empreendedor da região da Zona da Mata Mineira: 1 - Motivos para empreender na juventude, 2- Necessidade X Oportunidade, 3 - Benefícios de empreender, 4 - Forças e fraquezas, 5 – Planejamento, 6 – Qualificação, 7 - Desafios e dificuldades do empreendedorismo.

2.3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil da amostra

A amostra da pesquisa foi composta por jovens empreendedores em variados ramos de atividade no mercado:

QUADRO 1 – Perfil da amostra

Entrevistado	Gênero	Idade	Ramo de empreendimento	Tempo de atuação
--------------	--------	-------	------------------------	------------------

E1	Feminino	20	Confeiteira, vendedora boticário e cozinheira de lanchonete	8 anos
E2	Feminino	15	Vendedora roupa infantil	3 anos
E3	Feminino	21	Designer sobancelha e cílios e alugueis de mesa e cadeiras.	2 anos e cinco meses
E4	Feminino	17	Designer sobancelha, cílios e maquiagem	3 anos
E5	Masculino	19	Cantor	4 anos
E6	Feminino	19	Maquiadora	4 anos

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A amostra foi composta por jovens empreendedores de ambos os gêneros, que atuam empreendendo no mercado da região de Manhuaçu/MG prestando seus serviços e vendendo seus produtos à sociedade.

Análise dos resultados

A ação empreendedora de jovens é importante para o desenvolvimento social, tendo em vista que o empreendedorismo se propõe a transformar a realidade de quem empreende e dos que estão em seu entorno. Isso se dá a partir da identificação de um problema para o qual são propostas soluções que podem ser inovadoras e transformar a realidade local (SEBRAE, 2021).

O empreendedorismo é uma energia que impulsiona a economia, revelando talentos que movimentam ideias importantes para o desenvolvimento social e econômicos (CHIAVENATO, 2021). Nesse sentido, é importante entender o que jovens empreendedores vivenciam no seu cotidiano ao buscar empreender ainda na juventude considerando que tal ação está relacionada com fatores importantes para os jovens como a sua emancipação e o empoderamento.

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2018) destacam que os jovens empreendedores possuem inúmeras características como o senso de aproveitamento de oportunidades, a iniciativa e a força de vontade, a necessidade de buscar cada vez mais conhecimento, a liderança e outros fatores essenciais para o sucesso do empreendedorismo. Tais fatores representam o espírito dos jovens empreendedores que muitas vezes iniciam um empreendimento por fatores variados conforme relata o entrevistado E4:

Eu acho que a liberdade de horário, a liberdade de trabalhar com o que a pessoa gosta e também de ganhar dinheiro fazendo o que gosta.

O entrevistado E6 relata que os motivos para se tornar um empreendedor como forma de obter renda, vendo nessa atividade uma oportunidade de fazer algo que gosta e ainda ganhar dinheiro com a sua atuação:

uma forma de renda né? E é uma coisa que eu gosto muito então eu unir o útil ao agradável. Eu iniciei quando eu comecei na minha adolescência eu comecei a gostar da maquiagem e aí eu fiz um curso de automaquiagem, eu gostei de fazer, aí depois eu vi que eu tava praticando e começando a melhorar, eu fiz um outro curso e aí eu seguir essa carreira assim.

Para Martins; Veiga e Cortez (2020) a iniciativa de empreender é impulsionada em alguns casos pela necessidade que o empreendedor tem ou até mesmo pela oportunidade que o mesmo enxerga em determinada área, para determinado produto ou serviço. De acordo com entrevistado E5 para iniciar no empreendedorismo ele encontrou uma oportunidade de trabalhar com algo que era considerado um *hobby* e resolveu aceitar a oportunidade e começou a sua atuação no setor de música

Na minha cidade um tempo atrás a gente começou com um dono de um bar que fez uma proposta aí a gente começou na carreira da música. Bom na verdade eu levava a música como hobby lá quando eu tinha meus treze, quatorze.

O entrevistado E3 encontrou no empreendedorismo o meio para resolver a sua situação econômica ao perder o emprego e, também por ter a necessidade de estar com seus filhos, cuidar mais de perto deles e ainda assim manter os seus ganhos de renda:

Eu perdi meu emprego, saí do meu serviço e precisei achar alguma coisa pra eu fazer e alguma coisa que desse pra eu bater horário com os meus filhos, né? Que fosse alguma coisa mais fácil pra eu conseguir ficar com eles e trabalhar.

O entrevistado E2 iniciou no empreendedorismo ao encontrar uma oportunidade de auxiliar outra pessoa que mais tarde deixou o negócio para o entrevistado E2:

Eu consegui uma amiga da minha tia que vendia roupa e ela estava precisando muito de ajuda aí eu comecei vendendo pra ela e depois ela não conseguia mais trabalhar e eu peguei o cargo.

Cezarino e Garcia (2021) explicam que o empreendedorismo além de ser uma importante iniciativa para o desenvolvimento social e econômico não só local, mas como também do país é importante para a vida daqueles que empreendem, pois modifica as suas vidas, dando-lhes a oportunidade de crescer, de conquistar seus sonhos. É o que relata o entrevistado E2 sobre os benefícios que o empreendedorismo lhe proporcionou:

Acho que conquistar suas próprias coisas.

E os entrevistados E3 e E4 relataram que a renda é um importante benefício que impulsiona o seu desejo de empreender:

Renda é uma média de um salário e meio até dois, variam muito no que eu faço Setor de atuação eu montei um estúdio e eu atendo lá tem dois anos e cinco meses.

Além da renda, a oportunidade de ter maior flexibilidade no trabalho, a liberdade para organizar a forma de trabalho, trabalhar com o que se gosta, são importantes benefícios para os jovens empreendedores

Eu acho que a liberdade de horário, a liberdade de trabalhar com o que a pessoa gosta e também de ganhar dinheiro fazendo o que gosta.

Outro fator importante no empreendedorismo é que os jovens empreendedores conheça suas forças e fraquezas. Entender e delimitar quais são as suas forças e fraquezas é determinante para o sucesso do empreendimento, pois assim o

empreendedor pode atuar com riscos calculados, pode elaborar um plano de ação destinado à melhoria de suas fraquezas a fim de manter-se competitivo (DELGADO *et al.*, 2018). Contudo, para o entrevistado E3:

As minhas forças eu sempre busco inovar, trazer novidades pros meus clientes e as minhas fraquezas é quando recebo alguma crítica, alguma coisa negativa aí abala.

Já o entrevistado E4 revela que:

Acho que as fraquezas ainda é um pouco de insegurança e às vezes o medo de arriscar né? De buscar novos procedimentos, novas técnicas e as forças acho que a determinação mesmo com a insegurança eu estou indo.

E, o entrevistado E5 afirma, de acordo com o seu ponto de vista, quais as suas forças e fraquezas:

As forças eu acho que seria a dedicação ali, que eu me vejo uma pessoa muito perfeccionista né? Ia ser uma força pode ser colocado como força e fraqueza porque o meu perfeccionismo ele é bom pra elevar qualidade do show né? Do produto ali que a gente entrega, a gente quer sempre entregar um produto muito bom e também pode ser considerada a fraqueza também porque quando é alcançado esse perfeccionismo que eu tenho eu acabo ali me abalando um pouquinho com aquilo ali, né? E acaba às vezes interferindo na própria qualidade do show.

Um empreendimento de sucesso requer dedicação, empenho e planejamento a fim de que se possa traçar metas e organizar estratégias para alcançar os objetivos propostos (MARTINS; VEIGA; CORTEZ, 2020). Neste sentido, o entrevistado E2 explica que ao iniciar seu negócio não fez nenhum tipo de planejamento, mas entende atualmente, que essa é uma etapa importante para o desenvolvimento e manutenção do negócio:

No começo não havia planejamento, mas agora já tem ponto de vista mais amplo.

O entrevistado E4 também releva não ter realizado nenhum tipo de planejamento ao iniciar seu empreendimento:

Não, zero planejamento.

O entrevistado E5 reconhece a importância do planejamento para o alcance de metas, mas não iniciou o seu empreendimento realizando o planejamento do negócio:

No começo eu não tinha muito, fazia pro rumo assim, mas agora a gente já tem mais o planejamento mais detalhado, mas com as metas mais traçadas e isso que eu passei a planejar tudo é mais corretinho aí as coisas começaram a andar mais rápido planejamento ali com metas pequenas né que é o segredo, talvez você almeja uma coisa muito grande mas não tem muito espaço para conseguir.

O planejamento é uma etapa importante para iniciar o empreendimento, pois nele define-se objetivos futuros para a empresa a partir da missão, visão e valores empresariais (DELGADO *et al.*, 2018). Nesta vertente, o entrevistado E6 informa que foi realizando o seu planejamento ao longo dos anos de atuação a fim de aprimorar suas estratégias para obter resultados cada vez mais eficiente:

Ah! Planejamento assim, fui planejando ao longo dos anos, né é a forma, a forma de atender, mas foi na prática mesmo. Como eu fui, era muito novinha, então assim, eu não tinha essa cabeça madura. Aí eu fui aprendendo muito na prática, que aí eu fui tendo as oportunidades de aprender.

Acrescenta-se que aliado a planejamento é importante que o empreendedor busque qualificar-se continuamente para atuar no mercado que está em constante movimento (DORNELAS, 2018), a busca por conhecimento deve ser uma meta dos jovens empreendedores que não encontra na escola conteúdos relacionados que possam lhe auxiliar na inserção no mundo do empreendedorismo, conforme releva o entrevistado E2:

Não tive orientação de empreendedorismo na escola.

O entrevistado E6, porém relata que a partir de sua busca por conhecer melhor a área que tinha interesse encontrou oportunidade de crescimento pessoal e profissional. O conhecimento, portanto, lhe proporcionou a oportunidade de iniciar seu negócio:

Quando eu fiz o curso assim que eu vi que era uma área que tava em crescimento, aí eu vi uma oportunidade.

O entrevistado E3 relata que não teve acesso a conhecimentos sobre empreendedorismo antes de iniciar seu negócio, mas buscou qualificar-se na área que deseja atuar a fim de poder oferecer um serviço com qualidade:

eu fiz uns cursos de design e estou aí até hoje. Empreendedorismo especificamente não. Mas dois cursos que eu fiz de designer a minha professora falou muito sobre.

Para o entrevistado E4 a qualificação é importante para o empreendedor:

Buscar conhecimento sempre e atuar na área que gosta também

O conhecimento é importante para o empreendedor, pois pode lhe auxiliar a lidar com os desafios e as dificuldades de se tornar um empreendedor. Segundo Cezarino e Garcia (2021) as dificuldades, barreiras e desafios do empreendedorismo são inúmeras e podem ser determinantes para o insucesso dos novos negócios, provocando o seu encerramento. Fatores como burocracia, concorrência, fatores internos e externos e outros são entraves para o empreendedorismo jovem, conforme revela o entrevistado E1:

baixa de vendas, uma baixa de interesse na minha cidade, né? Por conta de ter diminuído bastante, ter crescido muito a concorrência,

algumas pessoas às vezes agindo de má fé e contra mim então me desanimou bastante. Os elogios dos clientes né das coisas que eu faço. Foi quando iniciou mesmo a parte das concorrências, né? Porque querendo ou não acaba atrapalhando um pouquinho e aquele momento ali foi bem chato pra mim que eu pensei que às vezes não estava valendo mais o que eu fazia por conta dos outros aí acabou que por tantos elogios dos meus clientes eu acabei reerguendo.

O entrevistado E3 retrata, porém, que os desafios enfrentados no início do seu empreendimento refere-se ao mercado consumidor, pois teve dificuldades que seu produto ou serviço penetrasse no mercado:

Na verdade, no começo ninguém queria né? Ninguém falava nada tanto é que eu trabalhava pra pessoas da minha família então assim nunca apoiou.

Já o entrevistado E4 explica que suas dificuldades iniciais se referiam a desafios internos, pois trabalhava a domicílio:

Acho que foi pouco antes de abrir aqui o ateliê meu espaço eu ia a domicílio e direto acontecia de chegar assim na casa das pessoas e ter que esperar horas e horas pra poder atender um dia que eu fiquei esperando duas horas minha cliente que era só fazer a sobancelha meia hora.

O entrevistado E5 considera a concorrência como um desafio em sua área de atuação:

Então é um mercado que tem concorrência, mas não é bem uma concorrência, tudo tem seu espaço, cada um canta de um jeito diferente, cada um faz um show diferente, então tem mercado pra todo mundo.

O empreendedorismo jovem é uma ação importante para o cenário empresarial do país. A Zona da Mata Mineira também tem se beneficiado muito com os jovens empreendedores, pois estão gerando renda, emprego e contribuindo para o desenvolvimento regional. O empreendedorismo jovem tem se mostrado como uma ferramenta essencial para a inserção de jovens no mercado de trabalho, aquisição de renda, realização profissional e pessoal destes indivíduos que iniciam um negócio e dedicam-se a aprimorar seus conhecimentos para que sua empresa cresça e se torne cada vez mais competitiva.

A ausência de políticas públicas voltadas a promover incentivos para os jovens empreendedores bem como a burocracia, os tributos, o mercado acirrado são fatores que tornam o caminho do empreendedorismo na juventude algo mais difícil. Contudo, nota-se que o desejo de empreender e a necessidade em muitos casos fazem com que os jovens empreendedores enfrentem as dificuldades encontradas e busquem caminhos para continuar o seu negócio.

3. CONCLUSÃO

Esse estudo teve como objetivo demonstrar quais são as motivações e as dificuldades para o jovem que empreende na região da Zona da Mata Mineira a fim de conhecer as percepções desses jovens empreendedores sobre a sua atuação. Diante disso, foi possível observar que os entrevistados têm a percepção de que o empreendedorismo é uma atividade importante para a sua vida, pois lhe proporciona trabalhar com o que gostam, o que é importante para a sua realização pessoal e profissional. Bem como entendem que esta é uma atividade cheia de desafios, dificuldades, que requer conhecimento, que a busca por conhecimento deve ser uma constante na vida do empreendedor.

Os relatos obtidos com os entrevistados demonstraram que o empreendedorismo jovem apesar de sua importância para o desenvolvimento sócio-econômico local e até mesmo nacional bem como por se tratar de um meio de inserção no mercado de jovens que em alguns casos possuem pouca qualificação ou experiência no mercado tem sido um importante desafios para todos esses jovens empreendedores.

Os jovens empreendedores da região da Zona da Mata Mineira deram início ao seu empreendimento em determinados casos pela oportunidade de iniciar em um nicho de mercado seu interesse, mas alguns adentraram no mundo do empreendedorismo por necessidade de encontrar um emprego, de obter uma renda e encontraram no empreendedorismo meios para melhorar sua vida, para fazer o que gostam e até mesmo para manter-se no mercado. Todos os empreendedores entrevistados veem no empreendedorismo uma possibilidade de crescimento.

Para esse grupo de empreendedores, observados nesta pesquisa questões importantes como a ausência de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo são fatores que dificultam a inserção e manutenção do jovem no empreendedorismo. Além disso, a falta de conhecimento e qualificação são também questões que dificultaram sua atividade, mas ainda assim não foi um impedimento para iniciar e prosseguir com o empreendimento.

É, portanto, importante para os jovens empreendedores reconhecer suas forças e fraquezas, buscar qualificar-se, enfrentar os desafios do empreendedorismo para alcançar o benefícios que esta atividade pode lhe proporcionar tanto do ponto de vista pessoal quanto profissional.

Viu-se que os jovens empreendedores regionais encontram em suas habilidades, competências e até mesmo nos seus objetivos o incentivo maior para iniciar um negócio e conseqüentemente para enfrentar as dificuldades que surgem ao longo do caminho. O empreendedorismo na juventude está crescendo, pois o jovem vê uma oportunidade de inovar, de produzir mais, de ser mais ativo na sociedade contribuindo para o desenvolvimento local e favorecendo o desenvolvimento social e econômico do país.

Conclui-se que o empreendedorismo jovem, segundo a percepção dos empreendedores entrevistados se mostra como uma oportunidade de realização pessoal e profissional. Iniciar um empreendimento na juventude é um meio para realizar sonhos bem como é também um meio para aquisição de autonomia, independência financeira e melhor qualidade de vida.

Este estudo teve como limitações o fato dos empreendedores observados estarem atuando em um mercado menor, mais regional e ainda o pouco tempo de atividade que todos possuem em seu empreendimento. Desta forma, esse estudo pode servir de base para um levantamento futuro com os mesmos empreendedores a

fim de entender a sua percepção sobre o empreendedorismo após anos de atuação no mercado que a cada dia tem se tornado mais competitivo.

4. REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRÖCKLING, U. **The entrepreneurial self**: fabricating a new type of subject. London: Sage, 2016.

CARMO, L. J. O.; *et al.* O empreendedorismo como um ideologia neoliberal. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, nº 1, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cebape/a/HY7NpJpmW6vh6sKX3YdCrSd/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 05 set. 2022.

CEZARINO, M. dos S.; GARCIA, A. S. Jovem empreendedor: uma análise do perfil e das dificuldade encontradas por jovens empreendedores de Campanha-MG. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 1, 2021. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/392>>. Acesso em: 05 set. 2022.

CHIAVENATO, I.. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

COSTA, A. F.; ARAGÃO, I. M.. Movimento jovem empreendedor e sua relação com a inovação e propriedade intelectual. **Revista Empreendedorismo, negócios e inovação**, v.7, n. 1, p. 76-104, 2022. Disponível em:<<https://periodicos.ufabc.edu.br/index.php/reni/article/view/523>>. Acesso em: 20 set. 2022.

COSTA, A. N. da; BARRADAS, I. A. da S.. **A intenção empreendedora entre mulheres de uma organização não governamental no município de Marituba, Pará, Brasil**, 2020. Disponível em:<https://admpg.com.br/2022/anais/arquivos/09042022_120922_6314c2ae34a7e.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2022.

CRAMMOND, R. J. Entrepreneurship: origins and nature. In: CRAMMOND, R. J. (Org.). **Advancing entrepreneurship education in universities**. Cham: Palgrave Macmillan, 2020, p. 23-55.

DELGADO, V. V.;*et al.* Empreendedorismo e engenharia de produção: o perfil empreendedor do Alumni Unifaj. **Revista Intellectus**, n. 49, p. 114-131, 2018. Disponível em: <<http://www.revistaintellectus.com.br/artigos/51.612.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2022.

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

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P.. **Empreendedorismo**

estratégico: criação e gestão de pequenas empresas. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cebape/a/4KKJ4GfBGwFzMMBc9byTZkg/abstract/?lang=p>>. Acesso em: 10 out. 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Executivo**, 2018. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rioExecutivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2022.

KRUGER, C.; RAMOS, L. F. Comportamento empreendedor, a partir de características comportamentais e da intenção empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 4, p. 528-555, 2020. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/1544>>. Acesso em: 08 out. 2022.

LANDSTRÖM, H. The evolution of entrepreneurship as a scholarly field. **Foundations and Trends® in Entrepreneurship**, v. 16, n. 2, p. 65-243, 2020. Disponível em: <<https://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-083>>. Acesso em: 09 out. 2022.

LOPES, R. M. A.. **Ensino de empreendedorismo no Brasil:** panoramas, tendências e melhores práticas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARCOVITCH, J.; SAES, A. M. **Pioneirismo e educação empreendedora:** projetos e iniciativas. São Paulo: Com-Arte, 2018.

MARTINS, L. P.; VEIGA, H. M. da S.; CORTEZ, P. A. Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. **Revista de Psicologia**, v. 11, n. 2, p. 60-70, jul./dez. 2020. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/psicologiaufc/article/view/42438>>. Acesso em: 20 out. 2022.

MARTINS, G. A; DOMINGUES, O.. **Estatística Geral e Aplicada**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

PREEDY, S.; JONES, P. Student -led enterprise groups and entrepreneurial learning. A UK perspective. **Industry and Higher Education**, v. 31, n. 2, p.101-112, 2017. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0950422216689349>>. Acesso em: 05 nov. 2022.

REIS, T. L. dos; SANTOS, R. H. dos. Empreendedorismo jovem: motivações,

dificuldades e particularidades. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 1, 2021. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/434>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

ROSA, A. M. Empreendedorismo, inovação e criatividade: uma análise bibliométrica. In: SIMPÓSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, a. XVII, 2020, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Uni Dom Bosco, 2020. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos20/613058.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2022.

SEBRAE. **O empreendedorismo jovem e seu impacto no mercado**. Bahia: Sebrae/BA, 2018.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. New York: Routledge, 2017.

SILVA, W. N.; CRESPO, A.; GIL, A. C. Aspirações e Temores de Jovens Empreendedores. **Revista Pretexto**, v. 18, n. 2, p. 48-65, 2017. Disponível em: <<http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/3501>>. Acesso em: 20 nov. 2022.

SILVA, J. A. B. da; SILVA, M. S. V.. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 3, n. 2, 2019.

SINHA, P. K., *et al.*,. Factors for Selection of Entrepreneurial Carrier by Youth Trainees of Entrepreneurship Development Programme. **Indian Research Journal of Extension Education**, v. 16, n. 2, p. 31-36, 2016. Disponível em: <<https://www.semanticscholar.org/paper/Factors-for-Selection-of-Entrepreneurial-Carrier-by-Sinha-Singh/4fa823d8caaba7b22a809fc36a663b7b5ac8d2e5>>. Acesso em: 07 set. 2022.

ZANELLA, L. C. H.. **Metodologia de Pesquisa**. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013.

YIN, K. R. **Pesquisa Qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.