

FATORES QUE MOTIVAM O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO MUNICÍPIO DE ROLANTE-RS

Débora de Andrade Marco¹
Daniele dos Santos Guidotti Pereira²

RESUMO

O empreendedorismo juvenil tem crescido muito e tem sido cada vez mais pesquisado nos últimos anos, sendo um importante segmento para a sociedade e à economias regionais. A atividade empreendedora é uma oportunidade de estímulo e motivação ao desenvolvimento da sociedade. Com base neste cenário, o presente artigo tem como objetivo analisar os fatores que motivam os jovens empresários da cidade de Rolante, associados à ACISA (Associação do Comércio Indústria Serviços e Agropecuária), a empreender. Trata-se de um estudo quali-quantitativo, descritivo-exploratório quanto aos objetivos e classificado como levantamento (Survey) no que tange aos procedimentos técnicos. Utilizou-se a abordagem quantitativa na apresentação dos resultados, com base estatística descritiva, e qualitativa na elaboração do instrumento, coleta dos dados e na análise dos resultados, estudados a partir da análise de Bardin. Os resultados evidenciaram que a maior motivação para o início do negócio é a identificação da oportunidade, assim como a vontade de empreender. Verificou-se também que, mesmo que a maioria dos jovens respondentes já tiveram experiências profissionais anteriores ao empreendimento próprio, acabaram optando por serem empreendedores, assumindo os riscos e responsabilidades.

Palavras-Chave: Jovem Empreendedor. Empreendedorismo. Fatores Motivacionais.

ABSTRACT

Youth entrepreneurship has grown a lot and has been increasingly researched in recent years, being an important segment for society and regional economies. Entrepreneurial activity is an opportunity to stimulate and motivate the development of society. Based on this scenario, this article aims to analyze the factors that motivate the young entrepreneurs of the city of Rolante, associated with ACISA (Association of Trade Industry Services and Agriculture), to undertake. This is a quali-quantitative, descriptive-exploratory study regarding the objectives and classified as a survey regarding the technical procedures. The quantitative approach was used in the presentation of results, based on descriptive statistics, and qualitative in the elaboration of the instrument, data collection and analysis of results, studied from Bardin's analysis. The results showed that the main motivation for starting the business is the identification of the opportunity, as well as the willingness to undertake. It was also found that, even though most of the young respondents had previous professional experience, they ended up choosing to be entrepreneurs, assuming the risks and responsibilities.

Keywords: *Young Entrepreneur. Entrepreneurship. Motivational factors.*

¹ Acadêmica do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara-FACCAT. deboramarco@sou.faccat.br

² Professora orientadora-Faculdades Integradas de Taquara-Faccat. danielepereira@sou.faccat.br

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um termo que vem se destacando nos últimos anos. Esta nomenclatura é utilizada para nomear os estudos relacionados ao empreendedor, seu perfil, seu sistema de atividades, suas origens e o universo de atuação. Se tem observado um grande aumento na participação dos jovens no empreendedorismo brasileiro. Nos últimos anos, a participação do jovem empreendedor alcança e supera as demais faixas etárias. É uma geração de jovens ingressando no mercado de trabalho via empreendedorismo.

Dolabela (2008) relata que o empreendedorismo oferece alto grau de realização pessoal e faz uma associação com o trabalho feito com prazer. Ao empreender, o indivíduo busca autorrealização, reconhecimento e não centrado em trabalhos que não lhe trazem satisfação.

Por ser um tema atual e de relevância, o problema a ser respondido nessa pesquisa é quais os principais fatores que motivam os jovens da cidade de Rolante, associados à ACISA (Associação do Comércio Indústria Serviços e Agropecuária), a empreender. Devido ao grande aumento no número de jovens optando pelo empreendimento próprio na última década houve crescimento neste segmento empresarial.

O assunto jovem empreendedor despertou curiosidade da pesquisadora pelo fato da cidade em pesquisa ser pequena, contendo aproximadamente 20 mil habitantes, e ter um grande número de empreendedores, principalmente jovens com idade entre 18 a 34 anos. Por isso, o objetivo geral do presente artigo, é analisar os fatores que motivam os jovens empresários da cidade de Rolante a empreender, mesmo diante de dificuldades e burocracias existentes. Além disso, o assunto interessa à pesquisadora, pelo fato de ela própria ter vontade de ser uma empreendedora jovem, e por admirar aqueles que começam seu próprio empreendimento, mesmo com pouca idade. Os objetivos específicos da pesquisa, são conhecer o perfil dos jovens empreendedores, identificar o perfil/ natureza dos empreendimentos e analisar os fatores motivacionais e os desafios em empreender.

Diante deste contexto, a fim de aprofundar o entendimento no assunto, o artigo presente aborda, em um primeiro momento, conceitos sobre o termo empreendedorismo, como esse termo começou a ser utilizado e veio crescendo com o decorrer dos anos. Para melhor compreensão serão citados autores como Dolabela

(2008), Fillion (2000), Brouard e Larivet (2009), Hindle (2008), Shane e Venkataraman (2000), Dornelas (2017). Em um segundo momento, será abordado o conceito do termo empreendedor e seu perfil, citando características comuns entre pessoas empreendedoras. Em seguida, procura-se identificar os fatores que levam o jovem a empreender, quais suas motivações. A fim de que fosse possível a coleta de dados da presente pesquisa com a metodologia apresentada logo após a fundamentação teórica. Por fim, as considerações finais apresentam as conclusões do estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

De acordo com Dornelas (2005), o termo empreendedorismo tem sido muito divulgado nos últimos anos. No Brasil, ele se intensificou no final da década de 1990. Já nos Estados Unidos, onde o termo é chamado de *entrepreneurship*, não é algo novo, pois o termo é mencionado há muitos anos. Isso por conta do capitalismo que é uma das principais características do país.

Dornelas (2017) aponta que, na década de 1990, o movimento empreendedor começou a tomar forma. Antes disso não era comum falar em criação de pequenas empresas e empreendedorismo. Isso porque os ambientes tanto políticos quanto econômicos não eram favoráveis. Outra razão, é que havia poucas informações sobre o assunto e por isso esses empreendedores sentiam dificuldade para conseguir auxílio.

Em 1990, foram criados o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex). O Sebrae, sendo um dos órgãos mais conhecidos, veio para auxiliar esses pequenos empresários, tornando-se um meio no qual o empreendedor busca suporte para iniciar os empreendimentos e consultorias para solucionar problemas pontuais. A entidade Softex foi criada com o propósito de, por meio de ações, levar as empresas brasileiras de software para fora do país, ela dava ao empresário da área de informática capacitação em tecnologia e gestão.

Segundo dados do projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017), é significativo a taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil, apresentando 36,4% no ano de 2017. Isso significa que a cada 100 brasileiros adultos (com idade entre 18

e 64 anos), 36 deles estavam envolvidos na atividade empreendedora, seja criando novos negócios ou na conservação de um negócio já estabelecido.

Shane e Venkataraman (2000) dizem que na literatura não há um consenso sobre a definição de empreendedorismo, mas acreditam que este pode ser um processo, envolvendo três indagações por quê, quando e como, são elas:

- Por quê, quando e como podem ser utilizadas as oportunidades para elaborar bens e serviços;
- Por quê, quando e como as pessoas descobrem e exploram essas oportunidades;
- Por quê, quando e como as ações são realizadas para explorar as oportunidades identificadas.

Segundo Hindle (2008), foi Jean-Baptiste Say que trouxe o conceito de empreendedorismo para a teoria econômica, por acreditar que o empreendedor direciona os recursos econômicos dedicados a áreas de baixa produtividade para áreas de maior produtividade. Conforme Dolabela (2008), a palavra empreendedorismo é utilizada para nomear os estudos relacionados ao empreendedor, seu perfil, seu sistema de atividades, suas origens e universo de atuação.

Para Brouard e Larivet (2009), o empreendedorismo objetiva a criação ou até mesmo recriação de um negócio que agrega valor para o empreendedor ou para a sociedade. Assim, a literatura aponta a inovação como um meio para usufruir das oportunidades existentes ao apostar recursos para alcançar fins econômicos.

Ressalta-se, ainda, segundo Fillion (2000), que há muitas formas de empreender. Cada um poderá escolher a sua ou até passar de uma para outra. Existe aí uma gama de opções que podem ir desde a empresa familiar, trabalho autônomo ou até mesmo empresas do terceiro setor, sem fins lucrativos (denominadas cooperativas ao empreendedorismo social), além das possibilidades geradas por possíveis parcerias com terceirizações.

Dornelas (2017) ainda ressalta que o empreendedorismo no Brasil tem se alastrado nos últimos anos com os altos índices de desemprego, pelo fato da atual situação econômica, principalmente em cidades maiores, e que tem uma concentração maior de empresas. Sem trabalho, esses profissionais acabam tendo a necessidade de optar por outros recursos. É quando surgem as novas pequenas empresas. Não tendo outra oportunidade, os indivíduos acabam abrindo seus próprios

negócios, mesmo que com poucos recursos ou sem experiência no ramo, mas é uma alternativa de renda que encontram. E, sem perceber, acabam se transformando de colaboradores a patrões.

Para o autor, o que motivou a propagação do termo empreendedorismo aos brasileiros foi a necessidade de diminuir as altas taxas de mortalidade das empresas pequenas e a preocupação com a criação deste tipo de empreendimento, fazendo com que o governo dê uma atenção maior também ao termo. Isso se deve à constante busca pela estabilidade econômica e a globalização. Por esse motivo, muitas empresas, para se manterem no mercado, tiveram que buscar alternativas para diminuir custos e aumentar a competitividade.

2.2 O Empreendedor e seu perfil

Segundo Dolabela (2008), empreendedor é aquele capaz de desenvolver uma visão e, também, conseguir convencer sócios, terceiros, possíveis investidores e colaboradores, de que sua visão poderá favorecer a todos e trazer uma situação confortável no futuro. Tem-se escrito muito a respeito do termo empreendedor, muitos autores têm desenvolvido várias definições. Hoje, acredita-se que o empreendedor seja um agente de mudanças ou até mesmo o “motor da economia”. (DOLABELA, 2006).

Chiavenato (2005) diz que o empreendedor tem consigo a capacidade de identificar as oportunidades e aproveitá-las, não somente identificar, mas saber o que fazer com elas, como proceder, tornar as ideias uma realidade, não somente para benefício próprio, como também para a sociedade.

Ressalta ainda, Chiavenato (2005), outras características de um empreendedor, são elas: a criatividade e alto nível de disposição, demonstrar perseverança no que faz, além da imaginação, os quais são aspectos que se combinam para transformar uma ideia simples em algo que produza bons resultados e o empreendedorismo seja bem sucedido em termos de mercado.

Para Dolabela e Fillion (1999), as pessoas que empreendem se diferenciam das demais por possuírem traços comuns de comportamento e personalidade. Os autores acreditam que esses profissionais são capazes de fazer do fracasso, uma fonte de aprendizado e conhecimento. Eles são perseverantes e resistentes, o que os destacam de outros indivíduos.

De acordo com Dolabela (2006), o empreendedor que faz um plano de negócio na sua empresa, pode, através dele, transformar sua ideia e sonho em realidade. É com o plano que as ideias são organizadas distribuídas e entendidas pelas pessoas envolvidas na abertura do novo empreendimento, diminuindo de certa forma os riscos e assim, reduzindo a mortalidade das empresas.

O programa de pesquisa GEM é um estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora. Ele é feito anualmente e, no Brasil, conduzido pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). De acordo com uma pesquisa realizada pelo GEM (2014), a motivação dos empreendedores para estabelecer uma micro ou pequena empresa pode ser classificada em dois tipos: motivação por oportunidade e motivação por necessidade.

Aqueles que empreendem por oportunidade são os que têm outra opção ou possibilidade de renda, mas optam por ter seu próprio empreendimento. Por já terem um ganho que não seja a nova empresa, esse empreendedor, normalmente, têm maior escolaridade e capacitação. Ele também dispõe de mais tempo e preparo para administrar o negócio, quando comparado ao empreendedor por necessidade.

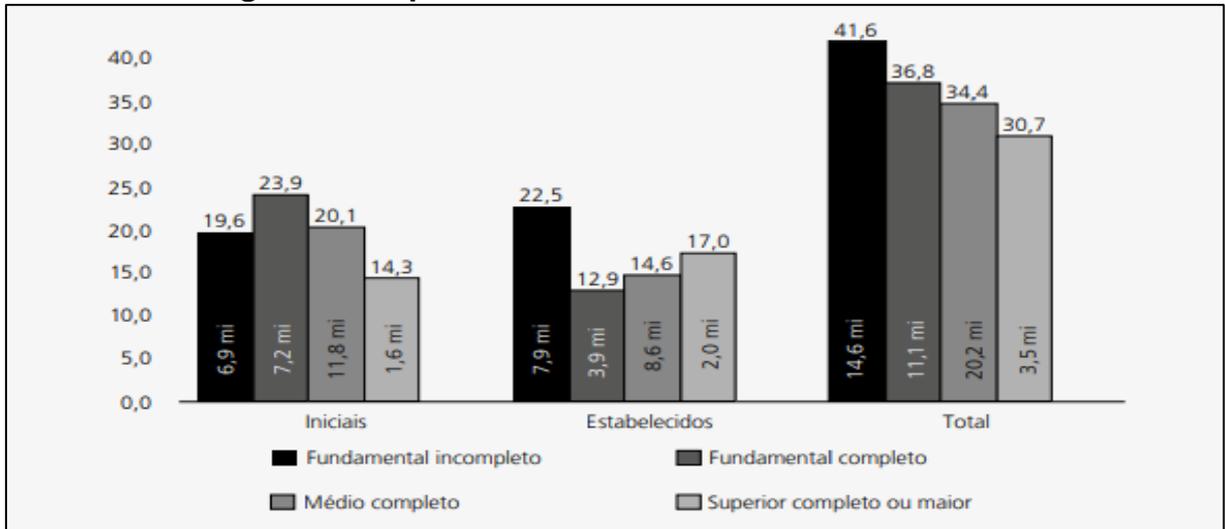
Os empreendedores por necessidade, por outro lado, não têm outra opção de fonte de renda, e a melhor ou única saída é criar seu próprio negócio para garantir seu sustento e, muitas vezes, de sua família. Esse tipo de empreendimento, traz uma certa urgência no retorno de lucros, sendo que, em muitos casos, o empreendedor encontra dificuldades na condução do negócio já que existe falta de planejamento e falta de recursos para investir já no início do negócio.

De acordo com o GEM (2017), outro fator importante para compreender o fenômeno empreendedor no Brasil é o nível de escolaridade, como apresenta o Gráfico 1. Um dado que chama a atenção é que as pessoas que possuem apenas o ensino fundamental completo são as mais ativas no empreendedorismo quando se trata de empreendedores iniciais. Os indivíduos que possuem diploma de nível superior o percentual é reduzido.

Já o grupo de empreendedores estabelecidos, os que não completaram sequer o ensino fundamental, são os que mais praticam atividades empreendedoras, deixando em segundo lugar o grupo de pessoas com ensino superior completo. De acordo com Grun (2002), não necessariamente existe ligação com o nível de escolaridade e o sucesso dos negócios. Porém, a alta complexidade imposta nos dias atuais no mundo da competitividade, exige um tipo novo de empreendedores, mais

preparados para enfrentar os desafios impostos (LIMA-FILHO; SPROESSER; MARTINS, 2006).

Gráfico 1 - Número de empreendedores por níveis de escolaridade segundo estágios do empreendimento - 2017



Fonte: GEM (2017, p. 12).

Dornelas (2005), diz que um empreendedor requer habilidades, as quais podem ser classificadas em três áreas, são elas:

- Habilidades técnicas: ligadas a saber escrever, saber ouvir as pessoas e captar as informações, ser organizado, ser um bom orador, saber liderar e trabalhar em equipe e ter conhecimento técnico na área de atuação;
- Habilidades gerenciais: essas habilidades incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa em todos os setores: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador;
- Características pessoais: envolvem ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser prevenido a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

Dutra e Previdelli (2003), afirmam que não há padrão nem verdades cientificamente estabelecidas sobre as características comportamentais do empreendedor. As diversas percepções ampliam o aprendizado, desafiam a inteligência, aguçam o espírito de indagação e o senso de observação. Conhecer mais

e melhor as características do empreendedor é conhecer ainda mais e melhor a natureza humana e seus comportamentos.

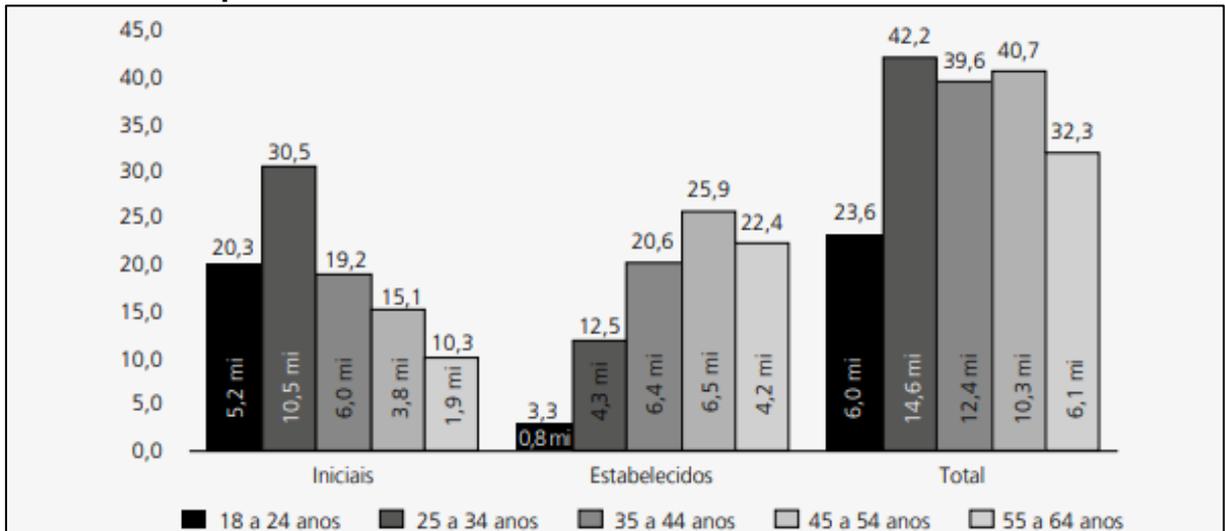
2.3 Fatores que levam o jovem a empreender

Riverin e Jean (2005) dizem que é possível que nos próximos anos, além do papel que os jovens já realizam na criação de novos negócios, um número ainda maior passe a escolher, como opção de carreira, ser dono da própria empresa. Isso porque o incentivo ao empreendedorismo juvenil é uma das estratégias que os agentes públicos estão utilizando, de forma crescente, para reduzir o desemprego entre os jovens e inseri-los no mercado de trabalho.

Um estudo de Bulgacov *et al.* (2011) diz que os empreendedores considerados jovens empresários são aqueles com idade entre 18 e 24 anos. Já o projeto GEM (2017) considera a idade de 18 a 34 anos como jovens empreendedores. Como o estudo do tema ainda é recente, Machado e Gimenez (2000) destacam nos empreendedores jovens uma tendência de se inspirarem ou buscar como modelo outros empreendedores que eles se identificam e levem como referência.

De acordo com dados do GEM (2017), tratando-se de empreendedorismo inicial (menos de 42 meses de funcionamento), os jovens entre 25 e 34 anos apresentam índices significativos de empreendedorismo, sendo a faixa etária mais ativa na abertura de empreendimentos. Nesta faixa de idade, 30,5% dos brasileiros administram empreendimentos em estágio inicial. Em seguida, aparecem ainda aqueles de menos de idade, de 18 a 24 anos, envolvidos com a criação de novos empreendimentos que representam 20,3%. No entanto, no empreendedorismo estabelecido, ou seja, mais de 42 meses em funcionamento, o índice é maior para a faixa etária entre 45 e 54 anos, como se pode observar no Gráfico 2 a seguir:

Gráfico 2 - Empreendedores por faixas etárias segundo estágios do empreendimento - 2017



Fonte: GEM (2017, p.11).

Conforme Degen (2009), existem muitos motivos que levam os indivíduos à ambição de terem seus próprios negócios e de terem a disposição para assumir os riscos que um novo empreendimento pode oferecer. Ele cita alguns dos motivos mais comuns identificados, são eles:

- Desejo de ganhar mais dinheiro do que seria possível como empregado;
- Vontade de sair da rotina de um respectivo emprego a que estavam submetidos e poder levar suas ideias adiante;
- Poder determinar seu futuro, não precisando dar satisfação sobre seus atos a ninguém;
- Provar tanto para os outros quanto para si mesmo que é capaz de administrar um empreendimento;
- Realizar algo que traga benefícios e reconhecimento, para si e também para a sociedade.

Dolabela (2008) relata que o empreendedorismo oferece alto grau de realização pessoal, faz uma associação com o trabalho feito com prazer. Ao empreender, o indivíduo busca auto realização, reconhecimento, ser realizado com o que faz, e não centrado em trabalhos que não lhe trazem satisfação. Apesar de que o processo de criação de uma nova empresa é dinâmico e complexo (BRUYAT; JULIEN, 2001; DELMAR; SHANE, 2002; FAYOLLE; FILION, 2006).

Farrell (1993) diz que, desde grandes personalidades de grandes empresas até o comerciante da esquina, todos esses empreendedores se automotivam a abrir seus

próprios caminhos, não há ninguém os obrigando a realizarem seus trabalhos, ou motivando-lhes todos os dias a continuar seus negócios. Os próprios empreendedores se motivam por si só, o fato de estarem exercendo seu trabalho lhes dá o incentivo necessário, cada um se motiva por alguma coisa, não sentem a necessidade de nenhum discurso motivacional para que se esforcem.

McClelland (1987), buscando explicar a motivação dos indivíduos em seus trabalhos, desenvolveu mais uma teoria a partir da satisfação de suas necessidades. Baseado na crença de que para o entendimento do empreendedorismo o estudo da motivação contribui significativamente, segundo sua teoria, o autor acredita que as pessoas são movidas por três necessidades: necessidade de realização, de afiliação e de poder. Sendo assim, segue alguns indicadores para identificar cada uma dessas necessidades, segundo quadro 1:

Quadro 1 - Indicadores comportamentais

Necessidade de Realização	Necessidade de Afiliação	Necessidade de Poder
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competir com seus próprios critérios; ➤ Encontrar ou superar um padrão de excelência; ➤ Visar uma única realização; ➤ Usar feedback; ➤ Visar obter metas de negócio de longo prazo; ➤ Formular planos para superar obstáculos pessoais, ambientais e de negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Visar estabelecer laços de amizade, ser aceito; ➤ Procurar fazer parte de grupos sociais; ➤ Sentir grande preocupação pelo rompimento de uma relação interpessoal positiva; ➤ Possuir uma elevada preocupação com as pessoas na sua situação de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Executar ações poderosas; ➤ Despertar fortes reações emocionais nas outras pessoas; ➤ Estar sempre preocupado com a reputação, status e posição social; ➤ Visar sempre superar os outros.

Fonte: McClelland (1987).

A primeira, necessidade de realização é a busca da excelência pessoal, são pessoas que procuram verdadeiras mudanças em sua vida, geralmente, identificada nos empreendedores bem-sucedidos. Necessidade de afiliação é quando se tem a

preocupação de ter sempre boas relações com outras pessoas, estar em harmonia e se sentir aceito pelos demais. E a necessidade de poder tem como característica a forte preocupação em exercer poder sobre as demais pessoas.

3 METODOLOGIA

O objetivo da pesquisa, consiste em analisar os fatores que motivam os jovens da cidade de Rolante, associados à ACISA, a empreender. Trata-se de um estudo quali-quantitativo, descritivo-exploratório quanto aos objetivos e classificado como levantamento (*Survey*) no que tange aos procedimentos técnicos. Utilizou-se a abordagem quantitativa na apresentação dos resultados, com base estatística descritiva, e qualitativa na elaboração do instrumento, coleta dos dados e na análise dos resultados, estudados a partir da análise de Bardin.

Como citado, a pesquisa foi realizada no município de Rolante, uma cidade do vale do Paranhana, que conta com um número de 20 mil habitantes, 65,91 hab/Km² de densidade demográfica, Produto Interno Bruto – PIB per capita de R\$ 26.156,99 e está situada a 91 Km de Porto Alegre-RS, segundo dados do IBGE (2010).

O instrumento utilizado para coleta de dados refere-se ao questionário, aplicado aos pesquisados, composto por 14 questões, das quais onze constitui-se questões fechadas e três abertas. O universo desta pesquisa é formado por jovens empreendedores do município de Rolante/RS, vinculados à ACISA- Rolante/RS, com idade entre 18 e 34 anos, que representam 20 jovens. A amostra foi composta por 12 jovens empreendedores respondentes que receberam o questionário via e-mail e responderam no período entre os dias 14 de julho e 16 de agosto de 2019.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com os dados da pesquisa, foi possível identificar o perfil dos jovens empreendedores (ver Quadro 2).

Quadro 2 - Perfil dos Respondentes

Perguntas	Alternativas	% de Respondentes
Faixa Etária	De 23 a 27 anos	67%
	De 28 a 32 anos	33%
Gênero	Feminino	42%
	Masculino	58%
Escolaridade	Médio Completo	25%
	Superior Incompleto	25%
	Superior Completo	42%
	Pós Graduação	8%
Experiência anterior ao empreendimento próprio	Sim, em outro ramo	42%
	Sim, no mesmo ramo	33%
	Sim, em outro e no mesmo ramo	17%
	Não	8%

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

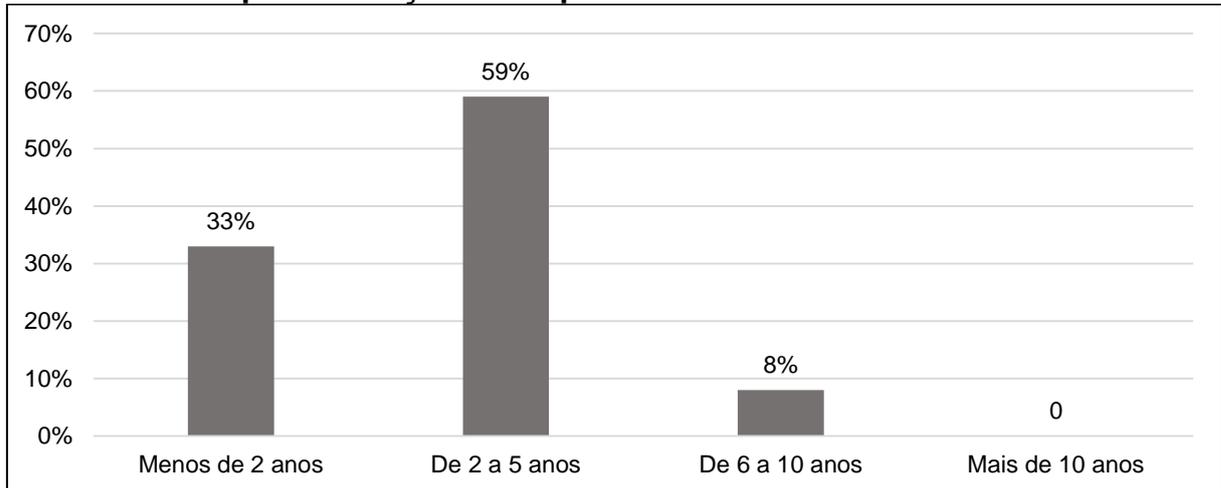
Analisando as respostas do questionário, pode-se identificar que, quanto ao gênero, é pequena a variação entre os entrevistados, tendo um total de 58% do gênero masculino e 42% do feminino. Tratando-se da escolaridade dos entrevistados, o índice ficou bem dividido, sendo que metade deles (50%) possui até o ensino superior incompleto, e 50% ensino superior completo ou pós-graduação.

De acordo com Grun (2002), não necessariamente existe ligação com o nível de escolaridade e o sucesso dos negócios. Porém, a alta complexidade imposta nos dias atuais, no mundo da competitividade, exige um tipo novo de empreendedores, mais preparados para enfrentar os desafios impostos (LIMA-FILHO; SPROESSER, 2006). Quando questionados sobre se tiveram alguma experiência anterior ao empreendimento próprio, a grande maioria 92% já teve alguma experiência profissional antes de começar seu empreendimento, sendo no mesmo ramo ou em ramo diferente e, mesmo assim, optaram pelo empreendimento próprio.

Quanto a faixa etária, a maioria dos jovens empreendedores da cidade de Rolante, associados à ACISA (67%), têm de 23 a 27 anos e, logo em seguida, com 33% aqueles com idades entre 28 e 32 anos, não apresentando nenhum jovem menor de 23 anos. Comparando com os dados do GEM (2017), tratando-se da faixa etária, o perfil nacional dos jovens empreendedores diz que os jovens entre 25 e 34 anos apresentam índices significativos de empreendedorismo, sendo a faixa etária mais ativa na abertura de empreendimentos, representando 30,5% dos brasileiros. E os jovens de 18 a 24 anos, aparecem em segundo lugar no ranking com 20,3%.

Após responderem sobre o perfil, os entrevistados foram indagados sobre a empresa e sobre suas motivações e incentivos para iniciarem o próprio negócio. Os resultados são apresentados nos gráficos seguintes:

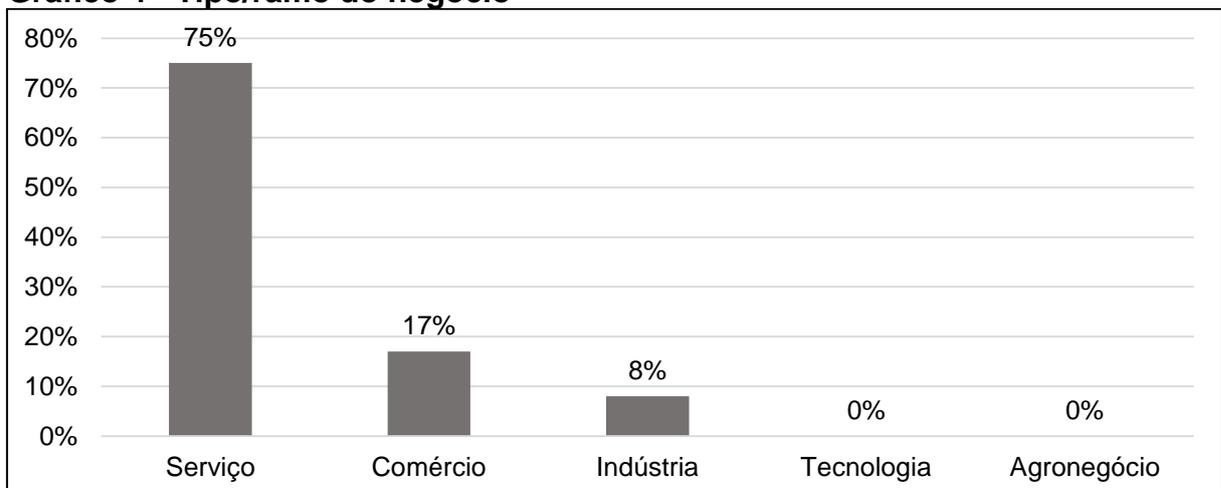
Gráfico 3 - Tempo de atuação da empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Uma das categorias verificadas relaciona-se ao tempo de atuação do empreendimento próprio (Gráfico 3). De acordo com os resultados, 33% dos sujeitos responderam ter negócios iniciais com menos de dois anos, 59% disseram estar atuando de 2 a 5 anos e 8% deles já estão com seis anos ou mais atuando no mercado.

Gráfico 4 - Tipo/ramo do negócio

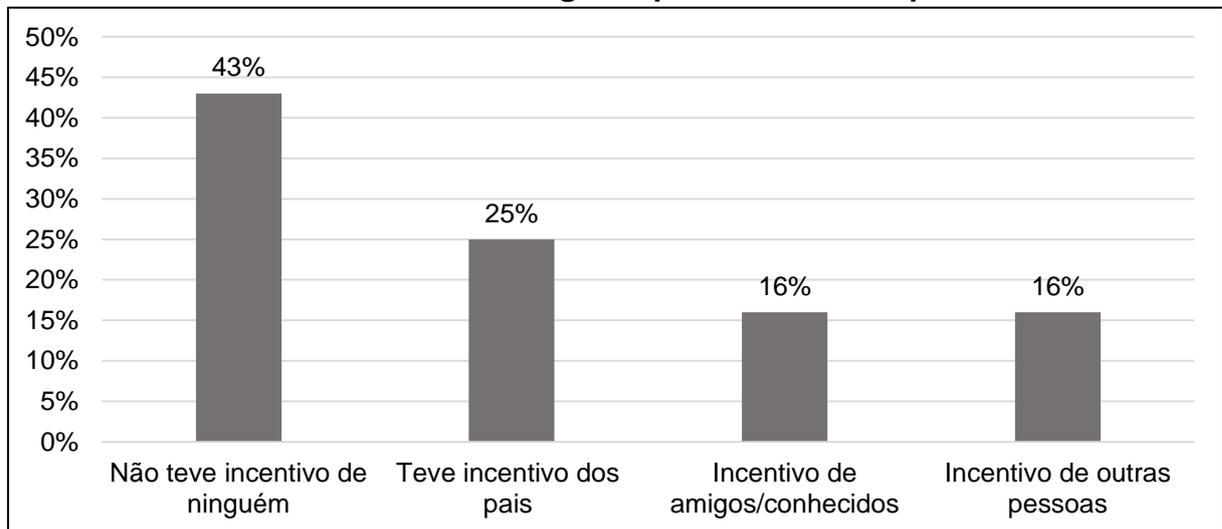


Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Questionou-se também qual o ramo do negócio que atuam, como se pode identificar no Gráfico 4. Observa-se que a grande maioria dos empreendimentos situa-se na área de prestação de serviços com 75%, seguido pelo ramo do comércio com 17% e indústria com 8%.

Quando perguntados se tiveram incentivo de alguém para iniciarem o empreendimento, a grande maioria, 43%, respondeu que não teve incentivo de ninguém, 25% disse ter tido incentivo dos pais, 16% deles, incentivo de amigos e com 16% também os que disseram ter incentivo de outras pessoas (ver Gráfico 5). O processo de criação de uma nova empresa é dinâmico e complexo (BRUYAT; JULIEN, 2001; DELMAR; SHANE, 2002; FAYOLLE; FILION, 2006), assim, os dados evidenciam a motivação dos entrevistados em empreender, pois, mesmo sem o incentivo de outras pessoas, tomaram a iniciativa de iniciar o empreendimento, mesmo diante da complexidade referida. Farrell (1993) ainda ressalta que, os próprios empreendedores se motivam por si, por algum motivo próprio, não precisam do incentivo de outra pessoa para se sentirem motivados.

Gráfico 5 - Você teve incentivo de alguém para iniciar o empreendimento?



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

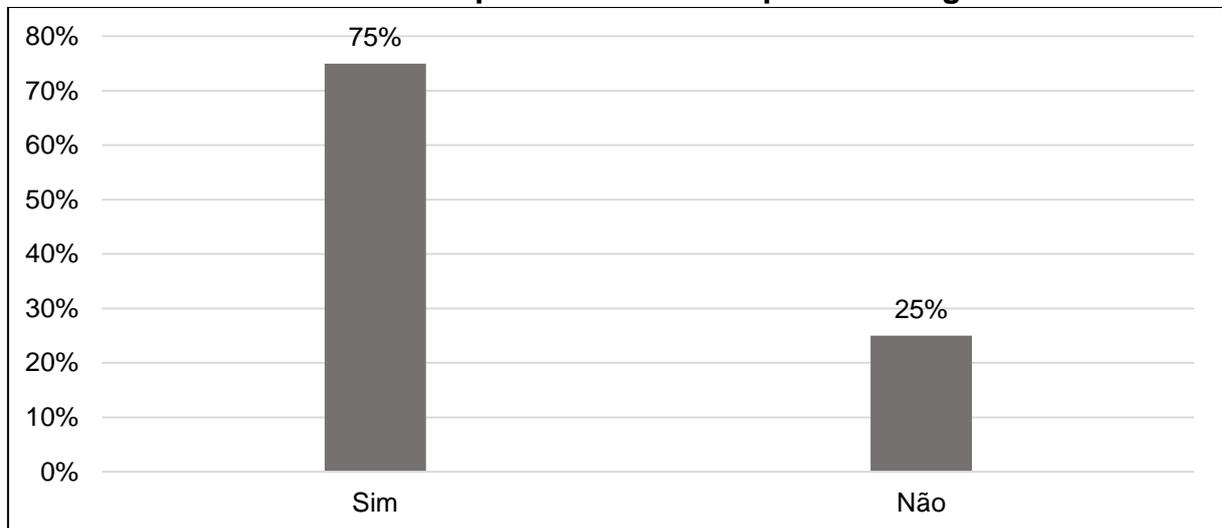
Os jovens foram perguntados também sobre terem feito um plano de negócio antes de iniciarem o empreendimento. O plano de negócios é uma ferramenta utilizada para traçar as atitudes a serem tomadas pelo empreendedor; é um retrato para analisar o mercado e o produto, pondo tudo no papel. É por meio deste plano que terá detalhamentos do seu ramo, produtos, serviços, clientes, concorrentes, fornecedores, análise dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças (FOFA), o que resultará

na identificação de que seu negócio é viável ou não e, também, sobre a gestão da empresa (SEBRAE, 2019).

Segundo Dolabela (2006), é através do plano de negócio que o empreendedor pode transformar sua ideia em realidade. É com o plano que as ideias são organizadas e distribuídas aos envolvidos na abertura do novo empreendimento, assim, diminuir de certa forma os riscos, podendo reduzir a mortalidade das empresas.

No caso de responderem que sim, pediu-se para que explicassem como o tinham feito. E muitos deles, 75% responderam que fizeram o plano de negócio de alguma forma, analisando a concorrência, principais fornecedores, o público a ser atingido, mapeando o campo de atuação para poder pôr o negócio em prática de forma viável. Porém a pesquisa não investigou se o referido plano foi realmente utilizado ao longo do processo, ficando uma sugestão para pesquisas futuras, a fim de que se possa verificar se as informações advindas do plano de negócios são, efetivamente, utilizadas. Por outro lado, 25% dos respondentes não fizeram plano de negócio. (Ver Gráfico 6)

Gráfico 6 - Antes de abrir a empresa você fez um plano de negócio?

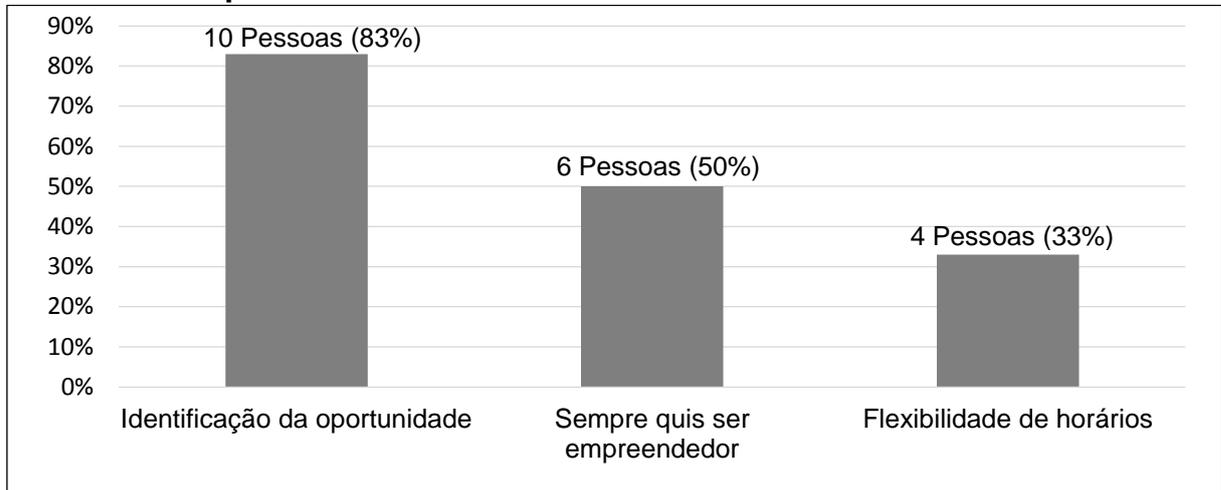


Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Quando perguntados sobre quais fatores lhes motivariam a iniciar um empreendimento (Gráfico 7), os entrevistados podiam escolher até três alternativas diferentes. Os resultados apontaram que, a identificação da oportunidade foi um dos fatores que mais ficou em evidência (83%), seguida de, sempre quis ser empreendedor (50%) e flexibilidade de horários (33%). Esses dados mostram a semelhança do que diz Carvalho, Leão e Teixeira (2012) sobre motivações que levam

o jovem a criar um negócio, e concluem que a identificação de oportunidades se mostra a motivação mais evidente.

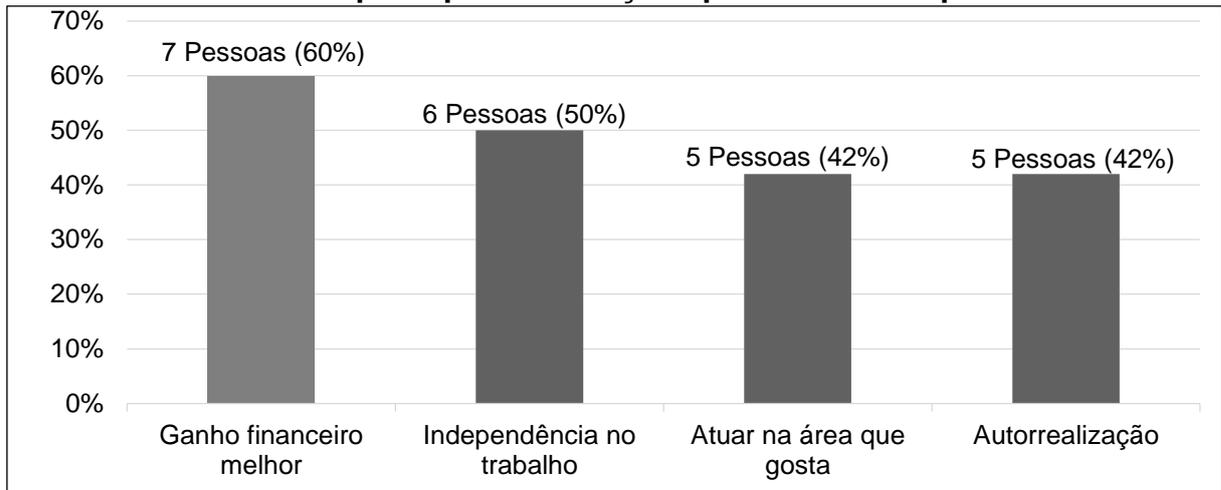
Gráfico 7 - Quais os principais fatores lhes motivaram a iniciar o empreendimento?



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

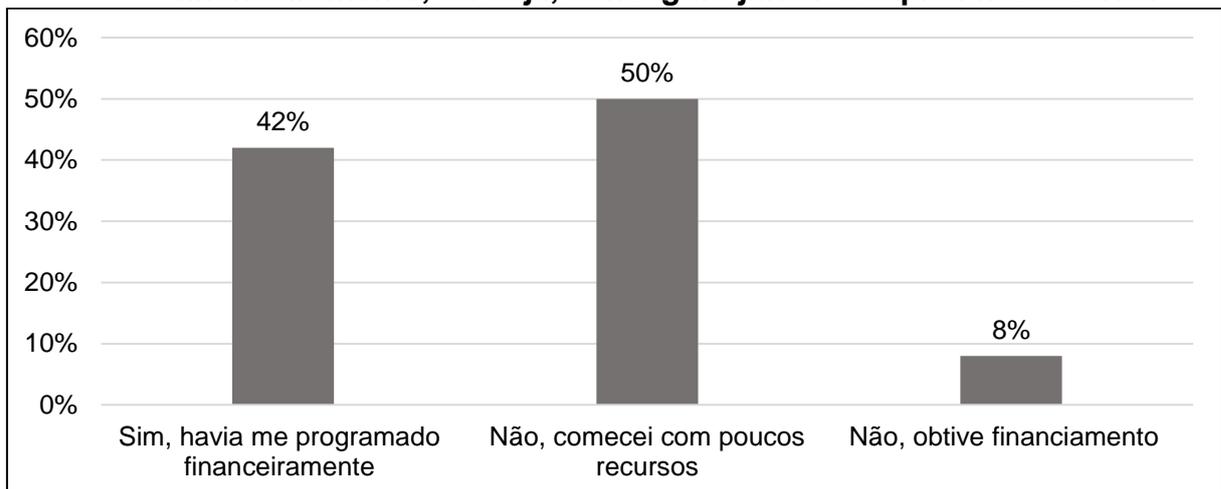
Em relação as motivações para ser um empreendedor (Gráfico 8), os entrevistados também podiam escolher até três alternativas distintas. Assim, identificou-se que a mais citada foi ganho financeiro melhor (60%), logo após independência no trabalho (50%) e empatados na terceira colocação do *ranking* ficou o poder de atuar na área que gosta e autorrealização com 42%. Esses fatores motivacionais foram semelhantes ao que diz Degen (2009), que identifica um dos motivos que levam os indivíduos à ambição de terem seus próprios negócios é ganhar mais dinheiro do que seria possível como empregado e poder determinar seu futuro, não precisando dar satisfação sobre seus atos a ninguém. E Dalobela (2008), diz que, ao empreender o indivíduo busca reconhecimento, ser realizado com o que faz e não centrado em trabalhos que não lhe trazem satisfação.

O autor McClelland (1987), buscando explicar sobre a motivação dos indivíduos no ambiente de trabalho, cita três indicadores comportamentais, são eles: necessidade de realização, afiação e necessidade de poder. Segundo essa teoria pode-se comparar que na pesquisa realizada, a maioria dos respondentes tem como indicador comportamental a necessidade de realização, segundo suas respostas foram possíveis identificar tanto a busca pela realização pessoal, quanto por ser reconhecido por outras pessoas. Já na necessidade de afiliação e poder, não se pode identificar tais comportamentos dos entrevistados.

Gráfico 8 - Quais suas principais motivações para ser um empreendedor?

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Referente à organização financeira antes de iniciar o empreendimento, como pode-se analisar no Gráfico 9, dos entrevistados, 58% diz ter começado com poucos recursos ou obteve financiamento, 42% deles já havia se programado financeiramente, apesar de o retorno ser lento em alguns ramos.

Gráfico 9 - Antes de iniciar o empreendimento você conseguiu se organizar financeiramente, ou seja, conseguiu juntar o capital necessário?

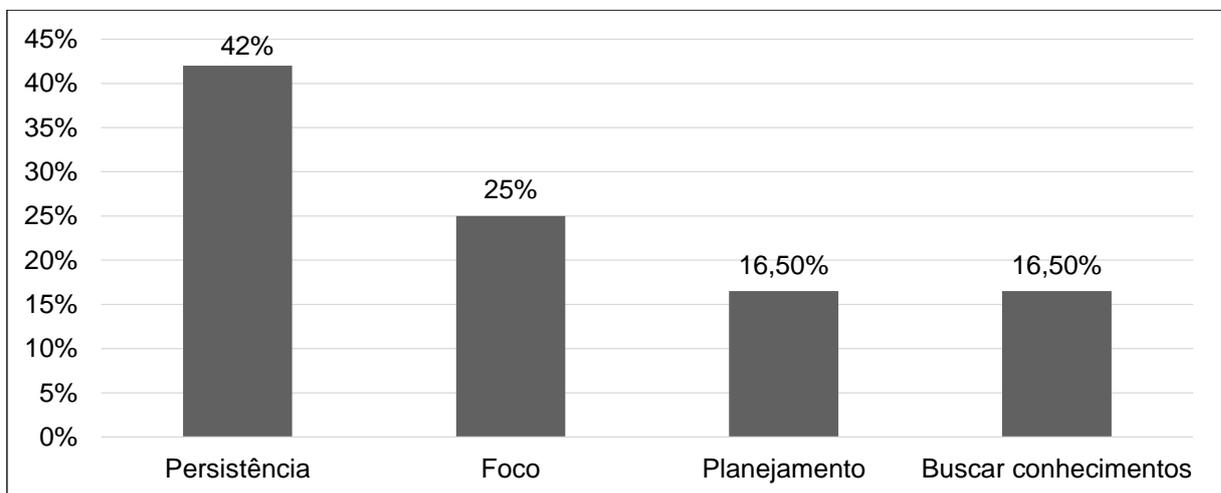
Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Em seguida, foram realizadas perguntas abertas, quando perguntados sobre as características que um bom empreendedor precisa ter, na opinião dos respondentes, (Gráfico 10) a característica que mais se destacou foi persistência com 42%. Bem como dizem Dolabela e Filion (1999), onde citam que as pessoas que

empreendem se diferenciam das demais por possuírem traços comuns de comportamento e personalidade. Os autores acreditam que esses profissionais são capazes de fazer do fracasso, uma fonte de aprendizado e conhecimento. Eles são perseverantes e resistentes, o que os destacam de outros indivíduos. Mas para os entrevistados também é importante ter foco com 25%, planejamento (habilidade gerencial) com 16,5% e buscar conhecimentos (16,5%) dos entrevistados.

Os dados da pesquisa podem ser comparados ao que diz Dornelas (2005), o qual cita que um empreendedor requer habilidades, as quais podem ser classificadas em três áreas, quais sejam, habilidades técnicas, gerenciais e pessoais. Habilidades técnicas, ligadas a saber ouvir as pessoas e captar as informações, ser organizado, saber trabalhar em equipe e ter conhecimento técnico na área de atuação. Habilidades gerenciais, onde incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa em todos os setores. E ainda, características pessoais, que envolvem ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser prevenido a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

Gráfico 10 - Na sua opinião, quais as principais características que um bom empreendedor precisa ter?

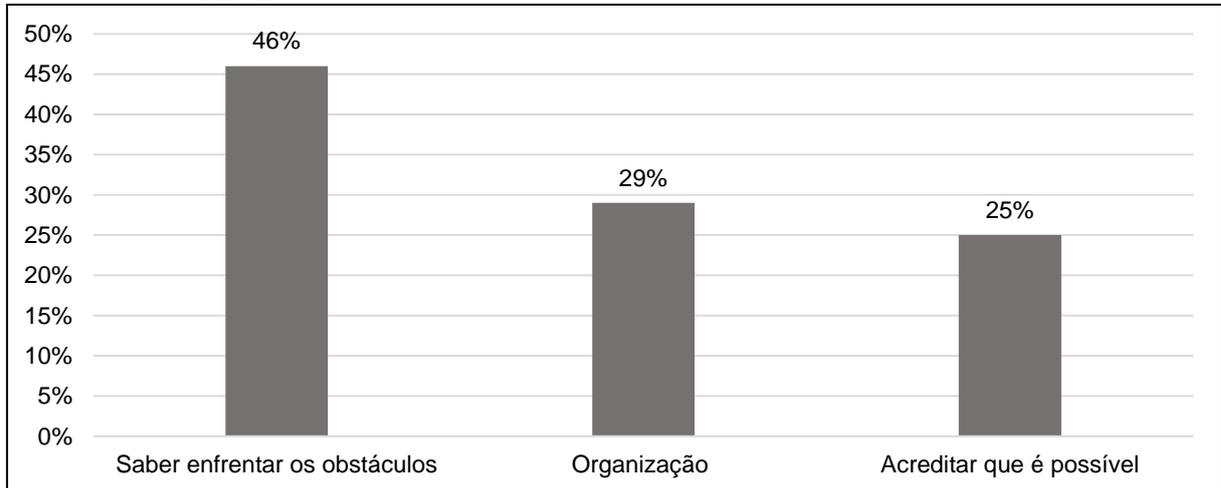


Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Como sugestão aos jovens que desejam empreender, de acordo com dados do Gráfico 11, os respondentes destacam que, apesar das dificuldades encontradas, é necessário saber enfrentar os obstáculos, segundo 46% deles, pois sempre terão outras pessoas de fora para não acreditarem no seu potencial. Destacam que é preciso se organizar (29%), pensar, planejar e fazer com que o empreendimento dê

certo, sempre acreditando que é possível (25%), pois os resultados serão gratificantes.

Gráfico 11 - Se tivesse a oportunidade de dar uma sugestão aos jovens que desejam empreender (ter seu próprio negócio), que sugestão daria?

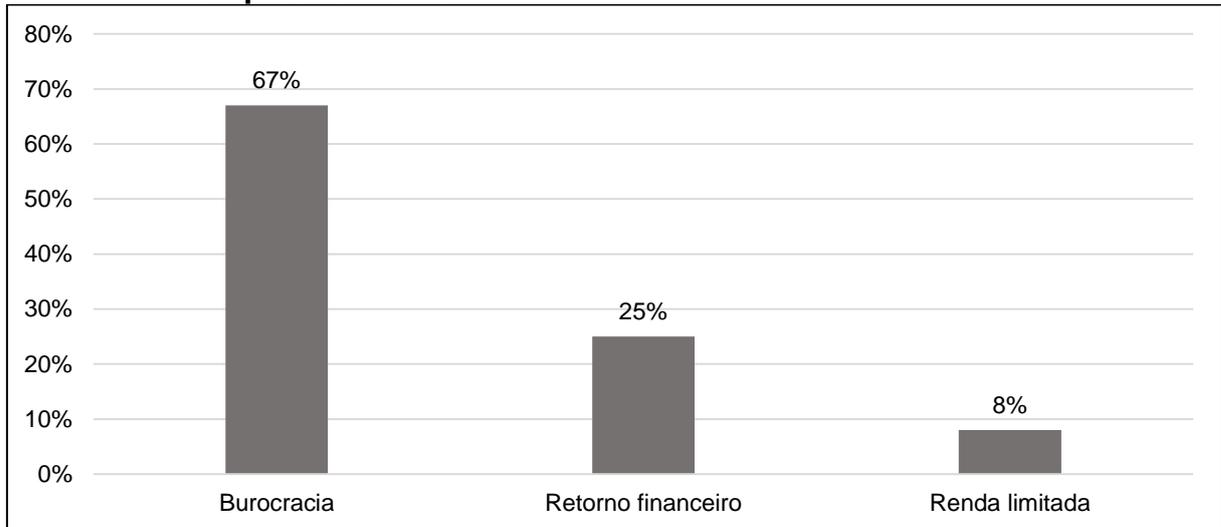


Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Quanto aos desafios encontrados para abertura do empreendimento (ver Gráfico 12), a grande maioria destacou a burocracia para abertura do negócio, por parte do governo, como principal desafio (67%). Outros fatores também foram citados, como a demora do retorno financeiro investido na abertura do empreendimento (25%) e renda limitada (8%).

Segundo Riverin e Jean (2005), o incentivo ao empreendedorismo juvenil é uma das estratégias que os agentes públicos estão utilizando, de forma crescente, para reduzir o desemprego entre os jovens e inseri-los no mercado de trabalho. Embora esta afirmação de flexibilidade e facilidade de empreendedorismo aos jovens, talvez não esteja em um patamar suficiente, pois os respondentes estão apontando justamente a burocracia como principal dificuldade.

Gráfico 12 - Quais os principais desafios encontrados para abertura do empreendimento?



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Diante dos resultados da pesquisa, pode-se observar que, comparados à literatura, alguns fatores se diferenciaram, como é o caso da idade dos participantes e a escolaridade deles, porém quanto aos fatores motivacionais foram muito semelhantes ou até mesmo iguais comparando a pesquisa com dados da literatura.

Também diante dos desafios encontrados, houve divergência, já que, para os jovens a principal dificuldade é a burocracia para abertura do empreendimento. Autores citam que o incentivo ao empreendedorismo juvenil é uma das estratégias que os agentes públicos estão utilizando de forma crescente. Isso prova que esta facilidade e flexibilidade ainda precisam ser melhoradas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo versou sobre o empreendedorismo juvenil, tendo como principal objetivo analisar os fatores que motivam os jovens empreendedores do município de Rolante, associados à ACISA, a empreender. Foram buscados dados na literatura e, posteriormente, aplicado uma pesquisa aos jovens empreendedores da cidade de Rolante. Essa pesquisa possibilitou identificar as principais motivações, tanto para a abertura, em que ficou em evidência a identificação da oportunidade, quanto para se manterem no mercado, que teve destaque o ganho financeiro melhor.

Uma das análises que pode ser realizada com a pesquisa, sendo um dos objetivos do trabalho, é referente ao perfil do jovem empreendedor. Cujos dados

possibilitam identificar que a faixa etária que mais se destaca é a de 23 a 27 anos. Outro dado relevante da pesquisa é quanto ao grau de escolaridade, onde mostra que os jovens estão buscando por conhecimento, pois a maioria deles estão cursando ensino superior, já formados ou pós-graduados. Esse dado mostra um avanço no grau de escolaridade, ou seja, busca por conhecimento. E se torna muito importante para os empreendimentos, pela complexidade existente para manter seu próprio negócio nos dias atuais, até mesmo a tecnologia, nesse mundo competitivo, onde quanto mais preparado o empreendedor estiver, melhor saberá enfrentar os desafios.

Ainda de acordo com o perfil do jovem empreendedor associado a ACISA, foi identificado que a maioria já teve algum outro tipo de experiência profissional que não o negócio próprio, seja na mesma área ou ramo diferente. E, referente a incentivos, os pesquisados salientam que não tiveram incentivos de ninguém para iniciarem o empreendimento, sentindo-se automotivados para iniciarem seus empreendimentos. Farrell (1993) diz que, os empreendedores se automotivam a abrir seus próprios caminhos. Não precisam de ninguém os obrigando a realizarem seus trabalhos ou lhes motivando a continuar seus negócios, cada empreendedor se motiva por alguma coisa.

Sendo assim, estudos como estes apontam perfis e motivações dos jovens empreendedores, também área que mais atuam, que podem ser comparados a anos anteriores e anos próximos, para verificar se ocorrerão mudanças nesse cenário, sendo de fundamental importância para abertura de novos empreendimentos. Sendo assim, o presente trabalho conseguiu responder aos objetivos desejados.

Sugere-se que seja aprofundado as principais dificuldades e desafios encontrados pelos jovens empreendedores tanto para a abertura das empresas, quanto para se manterem diante do mercado competitivo dos dias atuais. Na pesquisa, foi possível analisar os fatores motivacionais e os participantes identificaram algumas dificuldades com o empreendimento e a principal delas foi a burocracia por parte do governo para abertura de novos negócios. Este é um ponto a ser visto, já que o empreendedorismo é um fator tão positivo para a economia. Os governos poderiam incentivar e facilitar para os empreendedores, dentro das normas e regras estabelecidas.

O assunto empreendedorismo juvenil tem sido cada vez mais pesquisado nos últimos anos, e é um importante segmento por sua importância para a sociedade e

para o desenvolvimento regional, podendo alavancar a economia, por isso merecem sem analisados estudados e compreendidos.

REFERÊNCIAS

- BROUARD, F. E.; LARIVET, S. **Social entrepreneurship**: definitions and boundaries. Ottawa: Anser-Ares, 2009.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, n. 2, 2001.
- BULGACOV, Y. L. M. et al. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 695 a 720, dez. 2011. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7012/5571>. Acesso em: 03 set. 2019.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor**: Empreendedor como opção de carreira. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2009
- DELMAR, F.; SHANE, S. What firm founders do: a longitudinal study of the start-up process. In: BYGRAVE, W. D. et al. (Ed.). **Frontiers of Entrepreneurship Research** 2002. Wellesley: Babson College, 2002. p. 632-645. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ram/v9n8/a04v9n8.pdf>. Acesso: 03 set. 2019.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 30 ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- _____. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F.; FILION, L. J. **O ensino de empreendedorismo**: panorama brasileiro. In: SEMINÁRIO A UNIVERSIDADE FORMANDO EMPREENDEDORES, maio/1999. Brasília: CNI, 1999.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- _____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.
- DUTRA, S. I.; PREVIDELLI, J. J. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. In: Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração, 2003, Atibaia, **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

FARRELL, L. **Entrepreneurship**: Fundamentos das organizações empreendedoras: técnicas que se tornam competitivas. Tradução e adaptação Heraldo da Silva Tino. São Paulo: Atlas, 1993.

FAYOLLE, A.; FILION, L. J. **Devenir entrepreneur**: des enjeux aux outils. Paris: Village Mondial, 2006.

FILION, L. J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: DOLABELA, F. *et al.* Empreendedorismo, ciência, técnica e arte. Brasília: Instituto Euvaldo Lodi (CNI Nacional), 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo. 2014. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relato%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 01 mai 2019.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 01 mai 2019.

GRUN, R. Dinheiro no bolso, carrão e loja no shopping: estratégias educacionais e estratégias de reprodução social em famílias de imigrantes armênios. In: NOGUEIRA, M. A.; ALMEIDA, A. M. F. **A escolarização das elites**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

HINDLE, T. “Guide to Management Ideas and Gurus”. **The Economist**, n. 42, Bloomberg Press, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **População** 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/riozinho/panorama>. Acesso em: 01 abr. 2019.

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: 03 set. 2019.

MACHADO, H. P. V.; GIMENEZ, F. A. P. Empreendedorismo e diversidade: uma abordagem demográfica de casos brasileiros. **Anais do I EGEPE**, out./2000. p. 132-143.

McCLELLAND, David. **The achieving society**. Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1987.

RIVERIN, N.; JEAN, N. **L'entrepreneuriat chez les jeunes du Québec: état de la situation**. Relatório de pesquisa. 2005. Disponível em: <http://www.he.ca/entrepreneuriat>. Acesso em: 09 abr. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Tudo o que precisa saber para criar o seu plano de negócio**. 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 23 mai. 2019.

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&s id=21102539411073. Acesso em: 14 ago. 2019.