



Uema

UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO MARANHÃO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E FILOSOFIA – CAMPUS BACABAL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

MARCOS VINICIUS PEREIRA SILVA

EMPREENDEDORISMO JOVEM: uma análise dos desafios dos jovens
empreendedores na cidade de Santa Inês – MA.

Bacabal

2025

MARCOS VINICIUS PEREIRA SILVA

EMPREENDEDORISMO JOVEM: uma análise dos desafios dos jovens empreendedores na cidade de Santa Inês – MA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração Bacharelado da Universidade Estadual do Maranhão Campus Bacabal para o grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª. Ma. Natalia Borges de Sousa

Bacabal

2025

Silva, Marcos Vinicius Pereira.

Empreendedorismo jovem: uma análise dos desafios dos jovens empreendedores na cidade de Santa Inês – MA / Marcos Vinicius Pereira Silva. - Bacabal - MA, 2025.

50 f.

Monografia (Graduação em Administração Bacharelado) - Universidade Estadual do Maranhão, Campus Bacabal, 2025.

Orientador: Prof. Ma. Natália Borges de Sousa.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo jovem. 3. Desafios. I. Título.

CDU: 658.1-053.6(812.1)

MARCOS VINICIUS PEREIRA SILVA

EMPREENDEDORISMO JOVEM: uma análise dos desafios dos jovens
empreendedores na cidade de Santa Inês – MA.

Monografia apresentada junto ao Curso de
Administração Bacharelado da
Universidade Estadual do Maranhão –
UEMA Campus Bacabal como requisito
para obtenção de grau Bacharel em
Administração.

Aprovado em: 18/06/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Ma. Natália Borges de Sousa (Orientadora)
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

Prof^o. Dr^o. Raimundo Sirino Rodrigues Filho
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

Prof^o. Me. José Ribamar Ferreira
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

À minha avó, Maria Jovita, que é e sempre será uma das pessoas que sempre me deu apoio, me ajudou em momentos difíceis da minha vida, toda essa minha trajetória é dedicada a ela.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me concedido força, sabedoria e resiliência durante toda esta jornada acadêmica.

À minha família, que acreditou em mim ao longo dessa caminhada e sem a qual eu não seria capaz de alcançar este objetivo.

À minha tia, que, nos momentos difíceis da minha vida acadêmica, sempre me aconselhou a não desistir e a persistir em meu sonho.

A todas as pessoas que, durante esses cinco anos, serviram de alicerce para que eu continuasse nesta jornada, apoiando-me constantemente.

À UEMA, e em particular a todos os meus professores, por seus empenhos e dedicação ao longo desses anos.

"Comece onde você está. Use o que você tem. Faça o que você pode."

Arthur Ashe

RESUMO

O empreendedorismo jovem, diante dos desafios do mercado de trabalho e do desemprego para essa faixa etária, desponta como um caminho significativo para o desenvolvimento social e econômico. Esta pesquisa teve como objetivo principal analisar os desafios enfrentados por jovens empreendedores na cidade de Santa Inês – MA. Para tal, adotou-se uma abordagem metodológica mista e descritiva, permitindo tanto a quantificação de dados quanto a exploração de percepções. A coleta de dados foi realizada em maio de 2025, por meio de um questionário aplicado a uma amostra de 29 jovens empreendedores locais, com idades entre 18 e 29 anos. Os resultados revelaram um perfil demográfico diversificado entre os participantes, com equilíbrio de gêneros e variados níveis de escolaridade. Os negócios investigados concentram-se predominantemente nos setores de Comércio e Prestação de Serviços, e a atuação da maioria dos jovens no mercado se estende por mais de dois anos, demonstrando persistência. As motivações para empreender ultrapassaram a mera necessidade, destacando-se a busca por independência financeira e o empreendedorismo por oportunidade sendo a maior parte entre os participantes. Contudo, desafios substanciais persistem, como a falta de capital inicial, dificuldades de gestão e planejamento, e a complexidade da burocracia e dos impostos. A análise qualitativa mostrou a centralidade das preocupações financeiras e tributárias para os empreendedores. Apesar da percepção geral de dificuldade ser moderada, a resiliência dos jovens é notável. No entanto, a baixa participação em capacitações e a quase ausência de apoio institucional são pontos críticos identificados. Essa carência em formação e suporte pode, de fato, intensificar as dificuldades de gestão e planejamento, limitando o potencial de crescimento dos negócios. Em síntese, esta pesquisa delineou um perfil de jovens empreendedores em Santa Inês – MA que, embora motivados pela oportunidade e busca de autonomia, confrontam-se com desafios estruturais e gerenciais. A escassa presença de apoio institucional e a limitada participação em capacitações ressaltam a necessidade premente de programas e políticas mais acessíveis e alinhados à realidade desses jovens empreendedores, sugerindo a criação de iniciativas de suporte estrutural e formativo mais direcionadas para fortalecer seus empreendimentos.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedorismo jovem; desafios

ABSTRACT

Youth entrepreneurship, facing job market challenges and unemployment for this age group, emerges as a significant path for social and economic development. This research's primary objective was to analyze the challenges encountered by young entrepreneurs in Santa Inês – MA. To this end, a mixed and descriptive methodological approach was adopted, allowing both data quantification and perception exploration. Data collection took place in May 2025, through a questionnaire administered to a sample of 29 local young entrepreneurs, aged 18 to 29 years. The results revealed a diverse demographic profile among participants, with gender balance and varied educational backgrounds. The businesses investigated are predominantly concentrated in the Commerce and Service sectors, and most young entrepreneurs have been active in the market for over two years, demonstrating persistence. Motivations for entrepreneurship extended beyond mere necessity, highlighting the pursuit of financial independence and the prevalence of opportunity-driven entrepreneurship among participants. However, substantial challenges persist, such as the lack of initial capital, difficulties in management and planning, and the complexity of bureaucracy and taxes. Qualitative analysis confirmed the centrality of financial and tax concerns for entrepreneurs. Despite a moderate general perception of difficulty, the resilience of young individuals is notable. Nevertheless, low participation in training and the almost complete absence of institutional support are critical points identified. This lack of training and support can, in fact, intensify management and planning difficulties, limiting the growth potential of businesses. In summary, this research outlined a profile of young entrepreneurs in Santa Inês – MA who, although motivated by opportunity and the pursuit of autonomy, confront both structural and managerial challenges. The scarce presence of institutional support and limited participation in training highlight the urgent need for more accessible programs and policies aligned with the reality of these young entrepreneurs, suggesting the creation of more targeted structural and formative support initiatives to strengthen their ventures.

Keywords: entrepreneurship; youth entrepreneurship; challenges

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Distribuição de gênero.....	29
Gráfico 2 – Escolaridade.....	30
Gráfico 3 - Setor de atuação.....	31
Gráfico 4 - Tempo empreendendo.....	32
Gráfico 5 - Motivações para empreender.....	33
Gráfico 6 - Empreendedorismo por necessidade x Empreendedorismo por oportunidade.....	34
Gráfico 7 - Desafios enfrentados.....	35
Gráfico 8 - Escala de dificuldade em empreender.....	37
Gráfico 9 - Dificuldade para conseguir crédito ou financiamento.....	38
Gráfico 10 - Participação em capacitação, oficina ou curso de empreendedorismo..	39
Gráfico 11 - Apoio de alguma instituição (SEBRAE, prefeitura, associações etc.)....	40
Gráfico 12 - Tipo de apoio mais importante para os jovens empreendedores.....	41

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Categorias dos maiores desafios percebidos.....	36
--	----

LISTA DE SIGLAS

ENAP – Escola Nacional de Administração Pública

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PNAD-c – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1 Empreendedorismo e o papel do empreendedor	16
2.2 Empreendedorismo como solução	20
2.3 Empreendedorismo Jovem	24
3 MATERIAIS E MÉTODOS	27
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	28
5 CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS.....	44
APÊNDICE A - Questionário aplicado aos jovens empreendedores de Santa Inês - MA.....	47

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se firmado como um dos principais caminhos para o desenvolvimento social e econômico, especialmente em tempos de crises e altos índices de desemprego. Nesse contexto, é possível destacar o empreendedorismo jovem, onde tem como iniciativa indivíduos em início de carreira que, motivados por diferentes razões optaram em criar e gerir seus próprios negócios.

Diante das dificuldades enfrentadas por jovens ao ingressar no mercado de trabalho, o empreendedorismo tem se mostrado como alternativa para essa parcela da população. Segundo o relatório da Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2024), mais de 12 milhões de brasileiros entre 18 e 34 anos estão à frente de negócios em estágio inicial. Esse grupo inclui tanto os empreendedores que estão começando quanto aqueles com empreendimentos em operação há até três anos e meio.

Contudo, apesar do crescimento expressivo do número de jovens empreendedores, é necessário compreender em que condições esses negócios são iniciados e sustentados. Em muitos casos, o empreendedorismo juvenil surge como resposta à ausência de oportunidades no mercado formal de trabalho.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2024) revelam que, no quarto trimestre de 2024, a taxa de desemprego entre os jovens de 18 a 24 anos foi de 28,3%, muito acima da média nacional, que no mesmo período ficou em 6,2%. Embora esse dado não abranja toda a faixa etária adotada neste estudo (18 a 29 anos), ele é utilizado como referência estatística por refletir parte significativa da realidade enfrentada por jovens brasileiros no início da vida produtiva. Ou seja, é bastante comum que, após a saída do ensino médio, muitos jovens fiquem sem emprego, o que pode ser explicado pela falta de experiência no mercado de trabalho, onde as empresas optam por recrutar jovens com algum tipo de experiência ou qualquer tipo de qualificação além do ensino médio. Embora essa escolha possa representar uma oportunidade, ela frequentemente reflete uma necessidade.

Nos últimos anos, o Brasil tem visto um crescimento significativo no número de jovens empreendedores. Segundo levantamento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD-c), entre 2013 e 2023, a quantidade de empreendedores de 18 a 29 anos cresceu 23%. Considerando esse cenário, a

questão central desta pesquisa é: quais os desafios que os jovens empreendedores da cidade de Santa Inês – MA enfrentam ao gerir seu próprio negócio?

A escolha do tema se justifica em múltiplas dimensões. Em nível pessoal, parte da vivência do autor, que acompanha de perto a realidade socioeconômica de Santa Inês e observa o crescimento do empreendedorismo juvenil como forma de superação de adversidades. No aspecto acadêmico, o estudo se insere no campo da Administração, promovendo discussões sobre comportamento empreendedor, gestão de negócios, políticas públicas e juventude. Socialmente, a pesquisa se justifica pela urgência em compreender e dar visibilidade aos desafios enfrentados por jovens empreendedores, a fim de contribuir para a formulação de ações mais alinhadas às suas reais necessidades.

A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar os principais desafios enfrentados por jovens empreendedores na cidade de Santa Inês – MA. Como objetivos específicos, busca-se mapear o perfil sociodemográfico dos jovens empreendedores, considerando idade, gênero, escolaridade e setor de atuação, compreender os principais fatores que os impulsionam a empreender e investigar o impacto desses desafios na trajetória e no desempenho dos seus negócios.

Para atingir tais objetivos, adotou-se uma abordagem mista (qualitativa e quantitativa), de natureza descritiva. Foram utilizadas pesquisas bibliográficas e de campo. A revisão teórica baseou-se em obras de autores como Dornelas (2023), Hisrich, Peters e Shepherd (2014), Dolabela (2008), além de dados de instituições como SEBRAE, IBGE, ENAP e GEM. A pesquisa de campo foi realizada com jovens empreendedores de Santa Inês – MA, com aplicação de questionário estruturado, contendo questões abertas e fechada, a fim de identificar tanto aspectos objetivos quanto subjetivos da experiência empreendedora local.

A estrutura deste trabalho está organizada da seguinte forma: o Capítulo 1 apresenta esta introdução, com contextualização do tema, justificativa, objetivos e metodologia; o Capítulo 2 traz a revisão de literatura, dividido em três subcapítulos. O primeiro aborda o conceito de empreendedorismo e o papel do empreendedor, com base em autores clássicos e contemporâneos que ajudam a compreender suas principais características e funções na sociedade. O segundo discute o empreendedorismo como alternativa diante das dificuldades do mercado de trabalho, especialmente em contextos de crise e desemprego, destacando as modalidades por necessidade e por oportunidade. Já o terceiro subcapítulo é dedicado ao

empreendedorismo jovem, tratando de suas motivações, desafios enfrentados e da importância da educação empreendedora para a formação e o fortalecimento de novos negócios; o Capítulo 3 será dedicado aos materiais e métodos da pesquisa e à descrição dos procedimentos adotados para coleta e análise dos dados; o Capítulo 4 apresentará os resultados da pesquisa de campo e sua análise à luz da teoria. Por fim, nas considerações finais, serão discutidas as principais conclusões do estudo, suas limitações e sugestões para futuras investigações.

2 REVISÃO DE LITERATURA

No cenário contemporâneo, o empreendedorismo tem se firmado como um pilar essencial para o desenvolvimento socioeconômico, especialmente diante das dinâmicas e desafios do mercado de trabalho. Mais do que a simples criação de negócios, essa prática representa uma força motriz para a inovação, a geração de empregos e a reconfiguração das estruturas produtivas, conforme apontam diversos estudiosos da área. Nesse contexto, a atuação do indivíduo empreendedor ganha destaque, não apenas pela sua capacidade de assumir riscos, mas também pela sua visão estratégica e paixão em transformar ideias em realidade.

A figura do empreendedor, que historicamente já era associada àquele que assume riscos em ambientes de incerteza, como definido por Richard Cantillon no século XVIII, evoluiu e se consolidou no pensamento econômico, como também o papel inovador do empreendedor na “destruição criadora”, onde novas estruturas e inovações substituem o obsoleto, impulsionando o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1934). No Brasil, a consolidação do tema ocorreu principalmente a partir dos anos 2000, impulsionada por fatores como o aumento do desemprego e a busca por alternativas de geração de renda, levando ao surgimento de políticas públicas de estímulo a novos negócios (DORNELAS, 2023a).

É nesse cenário que o empreendedorismo surge frequentemente como uma solução para os desafios do mercado de trabalho, em especial para a população jovem. A decisão de iniciar um negócio, muitas vezes, é moldada tanto pela “necessidade” de garantir o sustento diante da escassez de empregos formais, quanto pela “oportunidade” de identificar demandas de mercado não atendidas e desenvolver soluções inovadoras. Enquanto o empreendedorismo por necessidade pode estar

associado a maiores riscos e precariedade, a modalidade por oportunidade tende a focar em planejamento e crescimento sustentável, sendo um motor para a inovação.

Particularmente para a juventude, essa relação com o empreendedorismo torna-se ainda mais evidente diante das dificuldades históricas de acesso ao mercado de trabalho formal, com altos índices de desemprego para essa faixa etária. Assim, o empreendedorismo jovem desponta como um caminho promissor para a inserção produtiva e a conquista de autonomia. No entanto, essa jornada é frequentemente marcada por desafios.

Dessa forma, as próximas seções se propõe a explorar os alicerces teóricos que sustentam a compreensão desse complexo fenômeno, a partir da discussão dos conceitos e modelos apresentados pelos principais autores da área.

2.1 Empreendedorismo e o papel do empreendedor

O conceito de empreendedorismo vem se transformando ao longo dos séculos, sendo influenciado por diferentes escolas econômicas. Segundo Chiavenato (2021), o termo “empreendedor” tem origem no francês *entrepreneur* e foi utilizado pela primeira vez no século XVIII por Richard Cantillon, que o definia como aquele que assume riscos ao atuar em ambientes de incerteza. Ao longo dos séculos, pensadores como Jean-Baptiste Say, Carl Menger, Frank Knight, Mises, Hayek e Joseph Schumpeter ampliaram esse conceito, associando o empreendedor à reorganização dos recursos produtivos, à antecipação de necessidades, à capacidade de tomar decisões em cenários imprecisos e à descoberta de oportunidades no mercado.

No contexto brasileiro, o empreendedorismo ganhou destaque principalmente a partir dos anos 2000, impulsionado por fatores como o aumento do desemprego, a informalidade e a busca por alternativas de geração de renda. Dornelas (2023a) destaca que a consolidação do tema ocorreu diante da preocupação com a alta taxa de mortalidade das pequenas empresas e do surgimento de políticas públicas voltadas ao estímulo de novos negócios, como o Programa Brasil Empreendedor (1999) e o Empreendedor Individual (2008). Com isso, o empreendedor passou a ocupar um papel estratégico na economia nacional, não apenas como dono do próprio negócio, mas como ator relevante no desenvolvimento de soluções criativas e sustentáveis para os desafios do mercado de trabalho brasileiro.

Dessa forma, o empreendedorismo está presente em diferentes esferas da sociedade através do empreendedor, desde a criação de novos negócios, até mudanças no comportamento social. Dessa forma, através das ações empreendedoras, surgem novas empresas, empregos e também transformações na forma como a sociedade consome e se relaciona com o mercado. Segundo Dolabela (2006), o empreendedor é uma figura essencial para o avanço da sociedade, ele não apenas cria novos negócios, mas promove mudanças por meio da inovação, ajudando a movimentar a economia e contribuir com desenvolvimento social.

Além da criação de novos negócios, o empreendedorismo está profundamente relacionado à capacidade de agir de maneira inovadora e estratégica diante das oportunidades de mercado. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), empreender exige uma ação, o que implica criar algo novo – como produto, serviços ou processos – ou até mesmo buscar novos mercados, seja fundando uma empresa ou até inovando dentro de uma organização já existente.

Além disso, o empreendedorismo, como vimos, não está associado apenas à abertura de novos negócios, uma vez que necessita de uma atuação mais dinâmica e inovadora por parte do empreendedor.

Sendo assim, na busca por criar algo novo ou identificar oportunidades em novos mercados, ele não está apenas criando novas empresas, mas também gerando impacto direto na economia e na sociedade. Nesse sentido, a inovação ligada ao empreendedorismo também está presente nas transformações de processos internos dentro de uma organização. A ação empreendedora, portanto, está diretamente ligada à capacidade de adaptação e de provocar mudanças, o que pode fazer com que o empreendedor se destaque dentro de um mercado competitivo.

Além da visão contemporânea acerca do empreendedorismo, é importante salientar as considerações de teóricos clássicos que ajudaram a fundamentar esse conceito do empreendedorismo. Jean-Baptiste Say, economista francês do século XIX, contribuiu de forma significativa para o estudo desse tema. Para ele “o empreendedor é um mediador, que combina diferentes fatores de produção, de maneira a produzir um determinado bem” Say (2008, *apud* Vale, 2014, p.877). Ou seja, Say entende o empreendedor como alguém que organiza os recursos de forma estratégica para gerar algo novo, isso pode ser um produto ou serviço.

Para Joseph Alois Schumpeter, o desenvolvimento econômico depende da substituição de estruturas ultrapassadas por inovações que se adequem melhor às

novas necessidades do mercado (SCHUMPETER, 1934). Isso demonstra que, para haver desenvolvimento, é necessário romper com práticas e estruturas antigas que não se adaptam mais à realidade. É nesse que Schumpeter apresenta o conceito de “destruição criadora”, na qual o empreendedor age como um agente de transformação, promovendo mudanças que possibilitam eliminar produtos e processos obsoletos, substituindo o velho pelo novo.

Apesar de Jean-Baptiste Say e Joseph Alois Schumpeter terem visões distintas, ambos foram importantes para o entendimento do papel do empreendedor. Onde Say com uma visão mais técnica, onde destaca o empreendedor com aquele que organiza os fatores de produção, sendo um mediador para gerar bens e serviços. Já Schumpeter é mais revolucionário e criativo, afirmando que o empreendedor é um agente de mudanças, responsável por romper com estruturas antigas e promover a inovação. Mesmo com enfoques diferentes, os dois autores reconhecem o papel central do empreendedor no desenvolvimento econômico. Suas ideias ainda influenciam, como nas contribuições de Hisrich, Peters e Shepherd (2014), que destacam a importância da ação empreendedora e da inovação como motores da transformação social e econômica.

Compreender o conceito de empreendedorismo também exige uma análise do perfil do empreendedor, considerando que o sucesso de um empreendimento está frequentemente associado a um conjunto específico de comportamentos e atitudes. Para Dornelas (2023a), os empreendedores possuem uma visão clara e estratégica sobre o futuro de seus negócios e suas vidas, e dessa maneira capazes de identificar oportunidades e traçar planos para alcançá-las. Schumpeter (1934) também reforça essa visão, onde o empreendedor é o responsável por introduzir inovações disruptivas, ou seja, o conceito de “destruição criadora”, sendo um agente de transformação no mercado e sendo sempre o indivíduo à frente das necessidades e desejos dos consumidores. Fillion (1999) aprofunda esse entendimento ao afirmar que:

O termo visão denota habilidade em definir e alcançar objetivos. A diferença entre um sonho e uma visão é o fato de a visão ser uma forma realista e alcançável de sonho – em outras palavras, uma imagem desejada de uma situação futura. Também requer alto nível de consciência do meio em que está inserido para detectar as oportunidades de negócios. [...] Uma visão implica algo novo que motivará os membros da organização e atrair interesse do mercado. (FILLION, 1999, p.19)

Essa visão estratégica e inspiradora diferencia o empreendedor comum do empreendedor transformador, pois além de enxergar oportunidades, ele mobiliza pessoas e recursos em prol de um futuro possível.

Dornelas (2023a, p.24) destaca que “o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta”. Essa postura ativa diante do ambiente ao redor é fundamental para encontrar caminhos inovadores em meio às dificuldades.

Nessa linha, Drucker (1987, p.36) sintetiza bem essa característica ao afirmar que “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e explora como sendo uma oportunidade”, evidenciando o olhar estratégico e proativo que define o comportamento empreendedor. Além de ser proativo, o empreendedor também precisa se adaptar às mudanças.

A determinação e o dinamismo são traços marcantes dos empreendedores de sucesso, mesmo diante de limitações, mostram disposição para transformar ideias em ação. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que a adaptabilidade cognitiva é uma das capacidades que sustentam esse dinamismo, permitindo que o empreendedor seja flexível, autorregulador e engajado na geração de decisões a partir das constantes mudanças do ambiente.

Dornelas (2023) também destaca que empreendedores comprometidos se mantêm ativos e determinados, mesmo diante de obstáculos, demonstrando iniciativa e inconformismo diante da rotina. Esse comportamento evidencia o quanto a força de vontade e a disposição para agir são diferenciais importantes para quem busca se destacar em um cenário competitivo.

Outra característica marcante entre os empreendedores, é a paixão pelo que fazem. A motivação que os impulsiona a iniciar e manter um negócio frequentemente está ligada ao prazer que sentem na realização de suas atividades. Shane e Baron (2012) destacam que pessoas criativas costumam apresentar uma motivação intrínseca voltada para as tarefas, ou seja, encontram satisfação pessoal no próprio ato de empreender, sem depender apenas de recompensas externas. Essa conexão emocional com o trabalho é ainda mais evidente quando, segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo se torna uma atividade em que trabalho e prazer andam juntos. Nesse sentido, a paixão funciona como um combustível que fortalece a persistência diante dos desafios, estimula a criatividade e reforça o compromisso com o negócio,

tornando-se uma das bases do comportamento empreendedor. E como o empreendedor lida com situações arriscadas?

Por fim, a disposição em assumir riscos é uma característica frequentemente associada ao empreendedorismo, porém essa disposição não significa agir por impulso. Dornelas (2023a) afirma que o verdadeiro empreendedor assume riscos de maneira ponderada, ou seja, analisa cuidadosamente diferentes cenários, estuda as possibilidades e, com base nisso, toma decisões que buscam reduzir ao máximo as chances de insucesso. Para ele, o risco se configura como um desafio que torna a trajetória empreendedora ainda mais empolgante. Da mesma forma, Chiavenato (2021) destaca que o empreendedor é impulsionado pela autoconfiança e pelo desejo de realização, o que o leva a optar por situações de risco controlado, nas quais tem maior autonomia sobre os resultados, ao contrário de depender do acaso.

2.2 Empreendedorismo como solução

Empreender, atualmente, tem sido percebido por muitos brasileiros como uma alternativa viável para enfrentar diferentes desafios, sejam eles econômicos, sociais ou profissionais. É o que demonstram os dados da pesquisa GEM (2022), que aponta que o país possui uma taxa de potenciais empreendedores de 53%. Além disso, a mesma pesquisa revela que cerca de 60% da população adulta no Brasil sonha em ter o próprio negócio, evidenciando o quanto o empreendedorismo tem se consolidado como um caminho almejado por grande parte da sociedade.

O desemprego tem sido um fator determinante para o crescimento do empreendedorismo por necessidade no Brasil. Segundo dados do IBGE, em 2024, a taxa de desemprego geral no país fechou em 6,2%, mas entre os jovens de 18 a 24 anos, o índice chegou a alarmantes 28,3%. Embora esse dado não contemple a totalidade da juventude conforme definida pelo Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013), que considera jovem o indivíduo com idade entre 15 e 29 anos, ele é utilizado neste estudo por refletir uma parcela significativa da realidade enfrentada pelos jovens adultos em início de vida produtiva. Essa realidade empurra muitos jovens para buscar alternativas de renda. A pesquisa da GEM (2022) reforça essa tendência ao apontar que, entre os empreendedores de 18 a 34 anos, a principal motivação para empreender é justamente a falta de empregos formais. Isso

caracteriza o chamado “empreendedorismo por necessidade”, quando a pessoa inicia um negócio não por desejo, mas por necessidade de sobrevivência.

O empreendedorismo por necessidade acontece quando as pessoas iniciam um negócio não por vocação ou desejo, mas porque precisam garantir o próprio sustento. Segundo Dornelas (2023a), trata-se de uma jornada iniciada por quem está desempregado ou sem alternativas viáveis no mercado de trabalho. É, portanto, uma escolha forçada pelas circunstâncias, em que o principal objetivo é suprir necessidades pessoais e familiares.

Entre os principais fatores que levam alguém a empreender por necessidade, destacam-se a pobreza, a exclusão do mercado formal e a precarização das condições de trabalho. De acordo com Bandeira e Silva (2023), esse tipo de empreendedorismo é mais comum entre a população urbana de baixa renda, que enfrenta dificuldades para conseguir um emprego com carteira assinada. Assim, empreender torna-se, muitas vezes, a única forma de garantir alguma renda.

Em contrapartida, o empreendedorismo por oportunidade surge quando o indivíduo identifica uma demanda de mercado não atendida e, de forma estratégica, decide investir em uma solução que possa gerar lucros e crescimento. Esse tipo de empreendedor costuma ter um perfil mais visionário, com foco em planejamento e desenvolvimento sustentável. Segundo Dornelas (2023a, p.18), “o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza”. Alves *et al.* (2019) reforçam essa visão ao afirmar que os empreendimentos por oportunidade suprem nichos de mercado não atendidos e costumam estar associados à inovação e à criação de negócios escaláveis, como os exemplos do *Uber* e do *Airbnb*.

A motivação dos brasileiros para empreender continua sendo um dos aspectos mais relevantes no debate sobre o perfil do empreendedorismo nacional. Segundo dados do GEM (2024), cerca de 45% dos empreendedores iniciais iniciaram seus negócios por necessidade, representando um aumento de 6,1 pontos percentuais em relação ao ano anterior, quando essa taxa era de 38,6%. Ainda que o empreendedorismo por oportunidade continue sendo majoritário, os dados de 2024 apontam para uma reaproximação entre os dois perfis de motivação, o que pode refletir os impactos sociais e econômicos ainda presentes no cenário pós-pandêmico.

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado uma resposta recorrente em períodos de instabilidade econômica, funcionando como alternativa de geração de renda diante do desemprego e da retração do mercado formal. Cenários turbulentos, como a crise econômica internacional de 2008 e a recessão iniciada em 2014 no Brasil, impactaram diretamente o mercado, diminuindo o PIB e elevando as taxas de desemprego (ALVES *et al.*, 2019). Situação semelhante foi observada durante a pandemia de COVID-19, quando a perda de postos formais de trabalho forçou milhares de brasileiros a empreenderem para garantir sua subsistência.

Segundo levantamento do SEBRAE (2021), o Brasil bateu recorde no número de novos pequenos negócios, com a criação de quase 4 milhões de empresas em 2021, sendo cerca de 80% na modalidade de Microempreendedor Individual (MEI). Esses dados revelam que, diante da incerteza econômica e da retração do crédito, o empreendedorismo frequentemente emerge como única alternativa viável para milhares de brasileiros, especialmente os mais jovens

Embora o empreendedorismo se apresente como uma alternativa viável em cenários de crise, empreender por necessidade acarreta uma série de riscos que podem comprometer a sustentabilidade dos negócios. Dornelas (2023b, p. 58) aponta que, no Brasil, “há muitas pessoas que tentam uma atividade por conta própria por necessidade, sem constituir formalmente uma empresa, já que precisam sobreviver, e o que mais importa é buscar alternativas para conseguir o mínimo necessário de recursos diários para sustentar a família. Nem sempre quem empreende por necessidade conta com apoio financeiro, capacitação ou estrutura mínima para fazer o negócio prosperar. Muitas vezes, o que se observa é a abertura de pequenos negócios em condições precárias, sujeitos às oscilações do mercado e a dificuldades de gestão.

De acordo com o SEBRAE (2023), os Microempreendedores Individuais (MEIs) concentram a maior taxa de fechamento entre os pequenos negócios no Brasil, com 29% encerrando suas atividades antes de completar cinco anos, o que evidencia as fragilidades desse cenário. Entre as principais causas apontadas para esse cenário estão a ausência de planejamento, a gestão deficiente e a dificuldade de acesso ao crédito. Assim, embora o empreendedorismo por necessidade funcione como válvula de escape social em tempos de crise, ele frequentemente perpetua situações de precariedade e informalidade no mercado de trabalho.

A formalização como Microempreendedor Individual (MEI) é um avanço importante, mas está longe de resolver todos os desafios enfrentados pelos jovens empreendedores. Mesmo após se regularizarem, muitos continuam a esbarrar em barreiras que dificultam o crescimento e a estabilidade dos seus negócios. De acordo com estudo da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) (2021), 66% dos pequenos empreendedores brasileiros enfrentam dificuldades relacionadas à documentação exigida para acessar crédito, enquanto 47% citam a falta de garantias como um dos principais entraves. Essas dificuldades se tornam ainda mais intensas entre aqueles que estão começando a empreender, pois, em geral, não possuem histórico de crédito nem bens que possam ser oferecidos como garantia.

De acordo com Silva (2022), o registro como Microempreendedor Individual, embora importante, não soluciona integralmente as limitações enfrentadas na gestão financeira, tampouco garante a compreensão plena das obrigações fiscais. Como consequência, a sustentabilidade dos negócios recém-abertos continua sendo um desafio significativo. Dessa forma, a formalização precisa ser entendida como apenas uma das etapas do processo empreendedor, que deve ser complementada por iniciativas de apoio contínuo e por políticas públicas eficazes, capazes de reduzir as barreiras estruturais e fortalecer o crescimento dos pequenos negócios.

O empreendedorismo motivado pela necessidade, embora funcione como uma alternativa para gerar renda em momentos de crise, não assegura a superação das condições de vulnerabilidade social. De acordo com Bandeira e Silva (2023), os empreendimentos iniciados por necessidade apresentam menores chances de sucesso, em função da escassez de recursos financeiros, da experiência limitada e da ausência de planejamento adequado. Nesse sentido, Alves *et al.* (2019) destacam que, em períodos turbulentos, o tipo de empreendedorismo que predomina no Brasil é informal, pouco inovador e sem contribuição efetiva para o desenvolvimento econômico do país, reforçando condições de instabilidade e exclusão. Assim, o empreendedorismo por necessidade, longe de promover mobilidade social, tende a perpetuar situações de precariedade e desigualdade no mercado de trabalho.

Além das barreiras econômicas, a falta de uma educação empreendedora consistente agrava as dificuldades enfrentadas pelos jovens que desejam empreender no Brasil. De acordo com Andrade Júnior e Sato (2019), a educação empreendedora no nível básico apresenta associação positiva com a identificação de oportunidades de negócios, indicando a importância de investir na formação empreendedora desde

os primeiros anos escolares. Os autores reforçam que o estímulo precoce à cultura empreendedora facilita a assimilação de valores como autonomia, iniciativa e capacidade de inovação, elementos essenciais para o sucesso em empreendimentos futuros. No entanto, a realidade brasileira ainda demonstra fragilidades nesse aspecto, como aponta o levantamento do portal NaPrática (2018), segundo o qual o país ocupa apenas a 56ª posição no ranking mundial de educação empreendedora, evidenciando a necessidade de maiores investimentos em políticas públicas educacionais voltadas para o desenvolvimento do comportamento empreendedor.

2.3 Empreendedorismo Jovem

A crescente participação do jovem no empreendedorismo brasileiro pode ser compreendida como reflexo das transformações sociais e econômicas ocorridas nas últimas décadas. Segundo Bulgacov *et al.* (2011, *apud* Reis; Santos, 2021), essa tendência é impulsionada, sobretudo, pela flexibilização do mercado de trabalho, que impôs novos desafios e possibilidades à inserção profissional da juventude. Esses autores destacam a existência de, pelo menos, dois perfis de jovens empreendedores: aqueles que, ao saírem precocemente da escola, buscam o trabalho como alternativa imediata de subsistência, e aqueles que, após a conclusão do ensino superior, veem no empreendedorismo uma estratégia para conquistar maior autonomia financeira e realização pessoal. A participação dos jovens de 18 a 24 anos no empreendedorismo brasileiro tem sido expressiva. Segundo a GEM (2023), esse público representa 16,8% dos empreendedores nascentes do país, confirmando que a criação de novos negócios tem se tornado uma alternativa relevante para a inserção dos jovens no mercado de trabalho.

Apesar do protagonismo crescente dos jovens no empreendedorismo, ainda é possível perceber que muitos deles encontram dificuldades para consolidar seus negócios. A vontade de inovar e a criatividade, embora importantes, nem sempre são suficientes para garantir o sucesso em um mercado cada vez mais competitivo. Muitos jovens acabam enfrentando problemas justamente pela falta de conhecimentos específicos em gestão, planejamento e análise de oportunidades. Diante desse cenário, a educação empreendedora surge como um caminho fundamental para preparar esses novos empreendedores, oferecendo suporte teórico e prático para que consigam transformar ideias em negócios sustentáveis.

A formação empreendedora dos jovens exige mais do que a simples aquisição de conhecimentos técnicos sobre gestão de negócios. Envolve, acima de tudo, o desenvolvimento de habilidades comportamentais, como a capacidade de inovar, identificar oportunidades e assumir riscos de maneira consciente. Como apontam Krüger, Bürger e Minello (2019, p. 63), "a educação pode ser considerada um dos instrumentos-chave para promover atitudes, intenções e competências empreendedoras". Nesse sentido, a educação empreendedora se diferencia do ensino tradicional ao focar na construção de uma mentalidade voltada para a ação e para a criação de valor no mercado.

No Brasil, o incentivo à educação empreendedora tem se intensificado, ainda que de maneira desigual entre os diferentes níveis de ensino. De acordo com Andrade Júnior e Sato (2019), a educação empreendedora no nível básico apresenta uma associação mais forte com a identificação de oportunidades de negócios do que a educação empreendedora no ensino superior. Dessa forma, trabalhar valores, habilidades e atitudes empreendedoras desde cedo é essencial para estimular a capacidade criativa e crítica dos estudantes. Incentivar esse tipo de formação ajuda a desenvolver o capital humano e cria espaços mais propícios à inovação.

Mais do que ensinar técnicas, a educação empreendedora abre portas para que os jovens se tornem mais confiantes, autônomos e preparados para enfrentar as mudanças constantes do mercado. Conforme enfatizado por Andrade Júnior e Sato (2019, p. 9), "o ensino tradicional não é suficiente para formar empreendedores: é necessário contato direto com experiências práticas". Dessa maneira, experiências práticas de empreendedorismo, oficinas de projetos e metodologias ativas tornam-se fundamentais para que os jovens desenvolvam não apenas o conhecimento teórico, mas também as competências comportamentais que caracterizam um verdadeiro espírito empreendedor

Embora o espírito empreendedor esteja cada vez mais presente entre os jovens brasileiros, a trajetória para consolidar um negócio próprio ainda se mostra complexa e repleta de desafios. Um dos principais obstáculos enfrentados por esse público está relacionado à falta de qualificação e de experiência prática. Conforme Soares e Machado (2005), além das limitações financeiras, muitos jovens enfrentam carência de mão de obra qualificada e dificuldades administrativas, especialmente no estágio inicial do empreendimento, o que pode gerar insegurança quanto à gestão da imagem da empresa perante o mercado. Essas dificuldades impactam diretamente a

capacidade dos jovens de estruturar seus negócios de forma sólida e de responder adequadamente às exigências do ambiente competitivo.

Além das barreiras de ordem pessoal e gerencial, questões estruturais do país também impõem sérios entraves ao desenvolvimento do empreendedorismo juvenil. Freitas e Granetto (2023) apontam que a carga tributária elevada, a sobreposição de impostos e a complexa burocracia brasileira tornam o ambiente de negócios pouco favorável para novos empreendedores. A necessidade de lidar com exigências legais pesadas e custos operacionais altos não apenas desestimula a criação de novos negócios, como também compromete a sobrevivência daqueles que conseguem iniciar suas atividades.

Outro aspecto que se destaca é a dificuldade em planejar adequadamente o negócio e em acessar recursos financeiros. De acordo com Borges, Filion e Simard (2008, *apud* Brasil; Brasil; Nogueira, 2013), muitos jovens enfrentam limitações ao elaborar um plano de negócios consistente, além de esbarrarem na indisponibilidade de capital para viabilizar suas ideias. Essa combinação de fatores técnicos e financeiros fragiliza as iniciativas empreendedoras ainda na fase de concepção, restringindo seu potencial de crescimento e sustentabilidade.

A falta de experiência prática e de qualificação em gestão ainda representa uma barreira forte para muitos jovens empreendedores, dificultando o processo de organização e fortalecimento dos seus negócios (SOARES; MACHADO, 2005)). Além disso, a elevada carga tributária e a burocracia excessiva tornam o ambiente empresarial ainda mais difícil para quem está começando (BERNARDI, 2015, *apud* FREITAS; GRANETTO, 2023). Soma-se a esses fatores a dificuldade em elaborar um plano de negócios consistente e a limitada disponibilidade de recursos financeiros, elementos que fragilizam ainda mais a sustentabilidade dos novos negócios (BORGES; FILION; SIMARD, 2008, *apud* BRASIL; BRASIL; NOGUEIRA, 2013). Mesmo diante desse conjunto de adversidades, muitos jovens persistem em transformar seus projetos em realidade, impulsionados por motivações que vão além da simples necessidade de inserção econômica.

O desejo de empreender entre os jovens é impulsionado por uma série de fatores que ultrapassam a simples necessidade financeira. Segundo Brasil, Brasil e Nogueira (2013), elementos como a criatividade, o ambiente em que o jovem está inserido, o apoio familiar e o nível de escolarização exercem forte influência sobre a decisão de iniciar um negócio próprio. Esses fatores ajudam a moldar não apenas a

intenção empreendedora, mas também a confiança dos jovens em sua capacidade de transformar ideias em projetos concretos.

Além do contexto social e educacional, a busca por realização pessoal e autonomia aparece como um motivador central para a decisão de empreender. De acordo com Reis e Santos (2021), muitos jovens veem no empreendedorismo uma oportunidade de alcançar independência e construir uma trajetória que esteja mais alinhada com seus interesses e valores pessoais. Essa motivação interna acaba se sobrepondo às dificuldades encontradas no percurso, reforçando o compromisso com o próprio desenvolvimento e com o sonho de ter um negócio próprio.

Conforme Freitas e Granetto (2023), a vontade de alcançar independência financeira, o desejo de ser o próprio chefe e o interesse genuíno pela área de atuação escolhida surgem como razões recorrentes para o início de novos empreendimentos. A possibilidade de controlar o próprio destino profissional e de trabalhar com aquilo que se tem paixão contribui para que muitos jovens optem por trilhar o caminho do empreendedorismo, mesmo diante das incertezas do mercado.

Outro fator importante na construção da motivação empreendedora é a relação emocional dos jovens com o empreendedorismo enquanto projeto de vida. Como elucidada, Crespo e Gil (2017), a associação entre o ato de empreender e a realização de sonhos é evidente, sendo que o local de residência também influencia diretamente o espaço onde esses sonhos tendem a ser concretizados. O empreendedorismo, nesse sentido, é visto não apenas como uma alternativa econômica, mas como um meio para a realização de aspirações pessoais profundas, enraizadas na visão que os jovens constroem sobre si mesmos e sobre o futuro que desejam alcançar.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Quanto à abordagem, este estudo adota uma metodologia qualitativa e quantitativa. A abordagem qualitativa foi escolhida por permitir a compreensão de aspectos subjetivos e não quantificáveis da realidade dos jovens empreendedores, buscando interpretar suas percepções, motivações e dificuldades. Já a abordagem quantitativa se volta à objetividade, utilizando dados mensuráveis para identificar padrões sociodemográficos, como idade, sexo, escolaridade e tempo de atuação. Conforme entendimento de Fonseca (2002), enquanto a pesquisa qualitativa se concentra na explicação das relações sociais e seus significados, a quantitativa

baseia-se na análise de dados concretos e na linguagem matemática, procurando estabelecer relações entre variáveis e identificar causas dos fenômenos investigados.

Este estudo é classificado como uma pesquisa descritiva. Trata-se de uma pesquisa voltada à construção de conhecimento teórico e acadêmico, sem foco imediato em aplicações práticas. De acordo com Gil (2007, p. 42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. O objetivo geral da pesquisa é analisar os principais desafios enfrentados por jovens empreendedores no município de Santa Inês – MA.

Nos procedimentos metodológicos, optou-se por uma pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio da análise de livros, artigos científicos e relatórios de instituições como SEBRAE, GEM, IBGE e ENAP, de modo a embasar teoricamente a discussão sobre o empreendedorismo jovem. Segundo Gil (2007, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Já a pesquisa de campo consistiu na aplicação de um questionário estruturado, contendo perguntas abertas e fechadas, direcionado a jovens empreendedores com idade entre 18 e 29 anos, residentes na cidade de Santa Inês – MA. O recorte etário foi definido com base no Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013), que estabelece como jovem o indivíduo com idade entre 15 e 29 anos, sendo adotado o limite inferior de 18 anos por corresponder à idade mínima legal para atuação empreendedora formal.

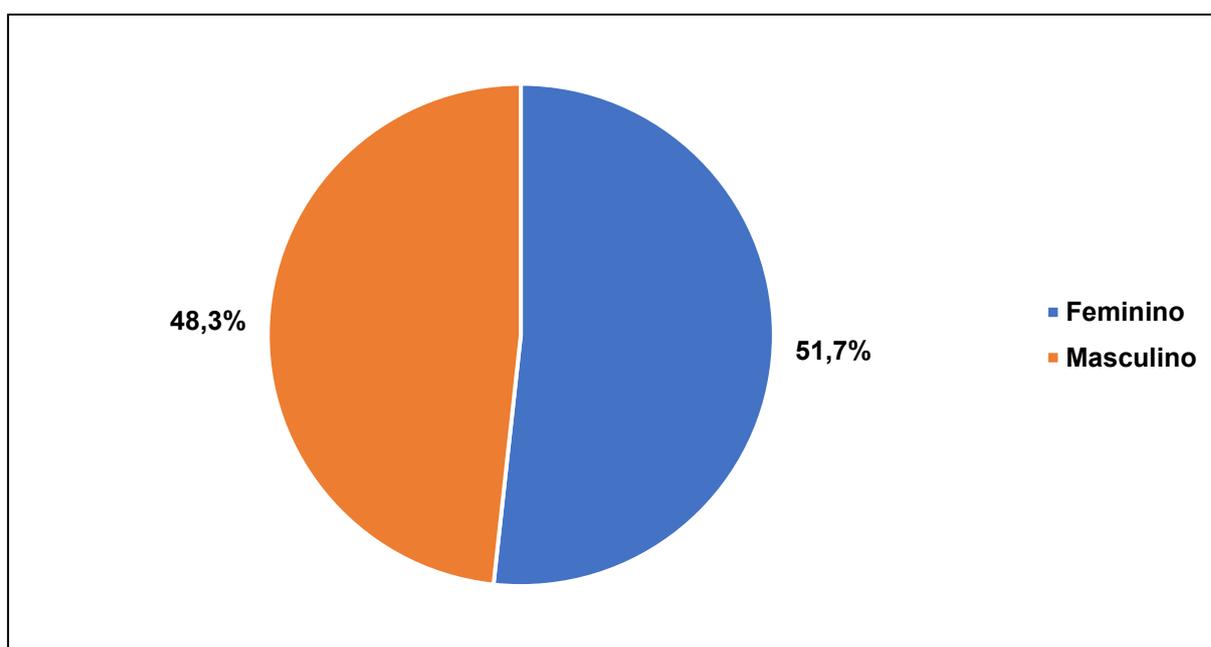
Para alcançar os jovens empreendedores que se enquadram nos critérios da pesquisa, o questionário foi divulgado de forma direcionada a moradores da cidade de Santa Inês – MA, com idade entre 18 e 29 anos e envolvidos com atividades empreendedoras, formais e informais. A divulgação foi realizada por ações presenciais em campo, redes sociais, grupos de estudantes universitários e também com o apoio de representantes de associações locais ligadas à juventude empreendedora. A participação foi voluntária, sendo considerados apenas os respondentes que atendiam aos critérios definidos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente capítulo tem como objetivo apresentar e discutir os resultados obtidos por meio da pesquisa de campo realizada com jovens empreendedores da cidade de Santa Inês – MA, todos com idade entre 18 e 29 anos, que atuam em atividades empreendedoras formais ou informais na zona urbana do município. A coleta de dados foi realizada durante o mês de maio de 2025, por meio da aplicação de um questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas, disponibilizado através da plataforma *Google Forms*.

A análise dos dados a seguir busca compreender os desafios, características, motivações, e necessidades desses jovens empreendedores, articulando os achados empíricos com os conceitos apresentados no referencial teórico.

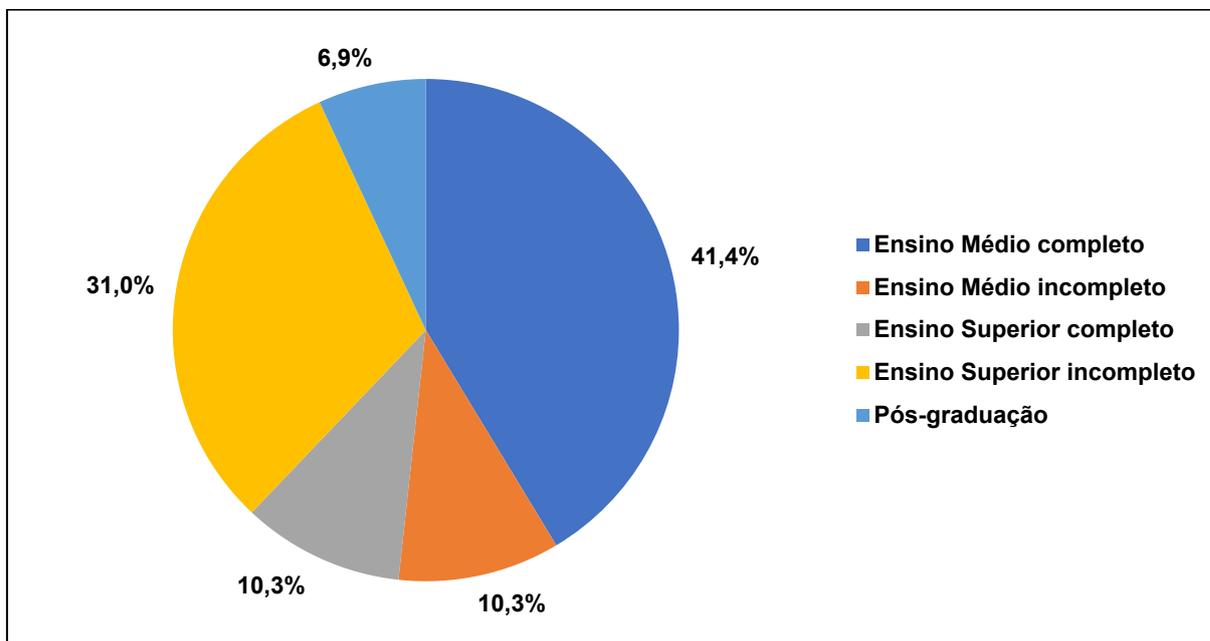
Gráfico 1 - Distribuição de gênero



Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Iniciando a caracterização do perfil sociodemográfico da amostra, o gráfico 1 mostra que a distribuição de gênero dos respondentes revela uma participação quase igual de homens e mulheres no cenário empreendedor jovem de Santa Inês – MA. Os dados indicam que o gênero feminino representa 51,7% dos empreendedores pesquisados, enquanto o masculino corresponde a 48,3%. Essa proximidade percentual sugere que o empreendedorismo na faixa etária estudada, na cidade, não apresenta uma concentração significativa em um único gênero, considerando-se a amostra coletada.

Gráfico 2 – Escolaridade



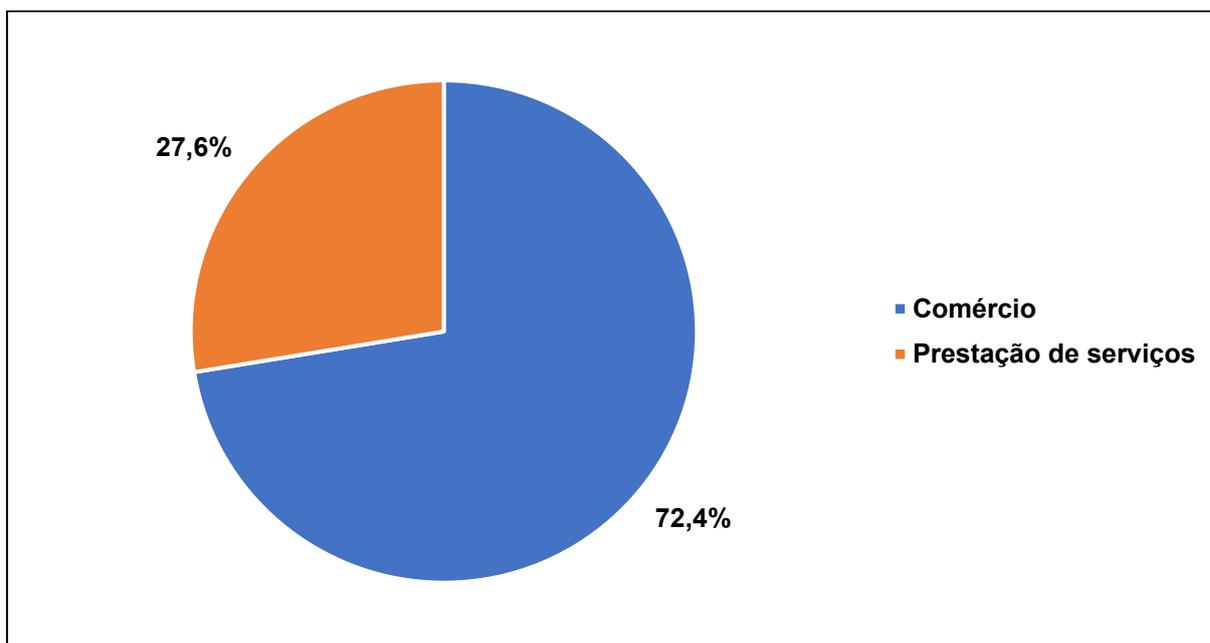
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

O nível de escolaridade dos jovens empreendedores de Santa Inês – MA apresentado no gráfico 2 demonstra uma predominância de indivíduos com formação no ensino médio ou superior em andamento. Conforme os resultados, 41,4% dos respondentes completaram o Ensino Médio, e 31,0% estão cursando o Ensino Superior. Uma parcela menor, mas significativa, já possui Ensino Superior completo (10,3%) ou Pós-graduação (6,9%). Surpreendentemente, 10,3% ainda não concluíram o Ensino Médio. Essa diversidade de níveis de escolaridade ressalta a diferença do perfil do jovem empreendedor local, indicando que a decisão de empreender não se restringe apenas àqueles com formação universitária, mas também abrange indivíduos em diferentes estágios educacionais.

Essa situação, onde muitos jovens empreendedores não terminaram o ensino superior, mostra a importância da educação empreendedora, seja ela vinda da escola e faculdade ou de outras formas, como cursos rápidos e experiência. A literatura mostra que aprender sobre empreendedorismo desde cedo ajuda a desenvolver qualidades importantes, como autonomia, iniciativa e a capacidade de criar coisas novas, que são essenciais para ter sucesso nos negócios (ANDRADE JÚNIOR; SATO, 2019). Mesmo que a pesquisa mostre que pessoas com diferentes níveis de estudo conseguem empreender, o fato de menos entrevistados terem ensino superior

completo ou pós-graduação em Santa Inês – MA, comparado a quem tem só o ensino médio ou superior incompleto, pode indicar que eles encontram mais dificuldades para aprender a gerenciar seus negócios. Esse tipo de conhecimento mais aprofundado muitas vezes vem com a educação formal

Gráfico 3 - Setor de atuação

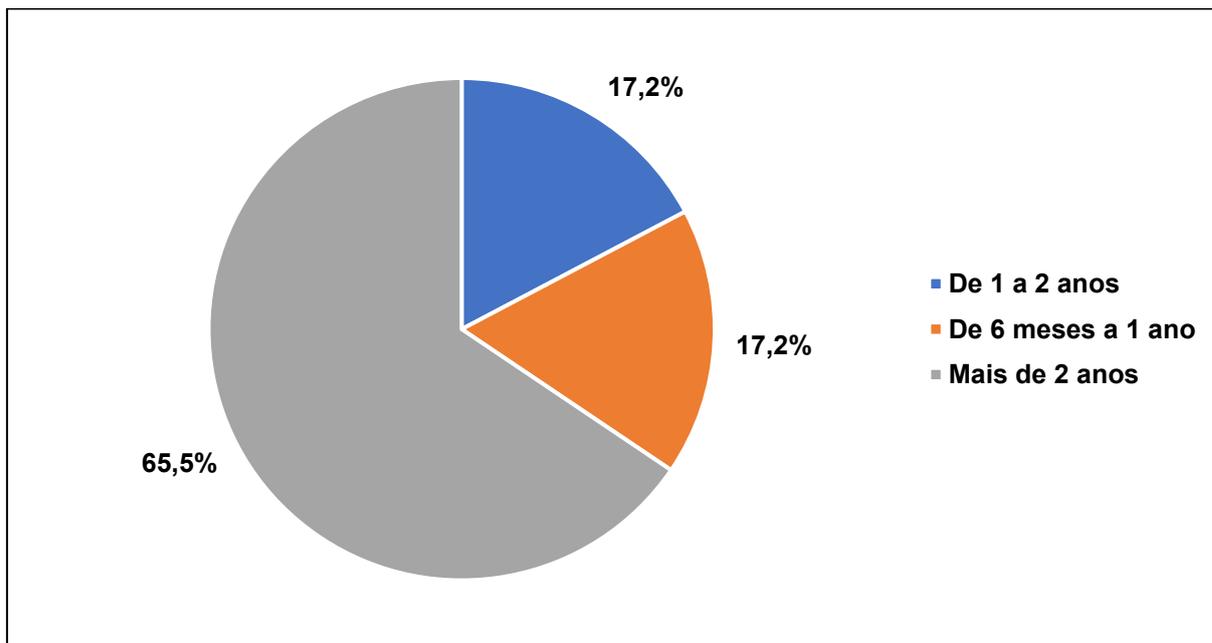


Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

No que tange ao setor de atuação dos jovens empreendedores de Santa Inês – MA, o gráfico 3 mostra uma clara predominância do segmento de Comércio, que abrange 72,4% dos negócios dos respondentes. A Prestação de Serviços aparece em segundo lugar, com 27,6% e com isso é notável a ausência de empreendimentos classificados como Indústria na amostra. Essa concentração no comércio e serviços reflete, possivelmente, uma realidade comum em pequenos e médios municípios brasileiros, onde as oportunidades de negócio muitas vezes se manifestam de forma mais acessível e com menor investimento inicial nesses setores.

Nesses casos, a agilidade na montagem do negócio e a menor complexidade operacional do comércio e serviços podem ser atrativos para jovens que buscam uma alternativa ao mercado de trabalho formal. A facilidade de entrada nesses setores, em comparação com a indústria, que demanda maior capital e estrutura, corrobora essa tendência e pode explicar a ausência de representação industrial na amostra.

Gráfico 4 - Tempo empreendendo



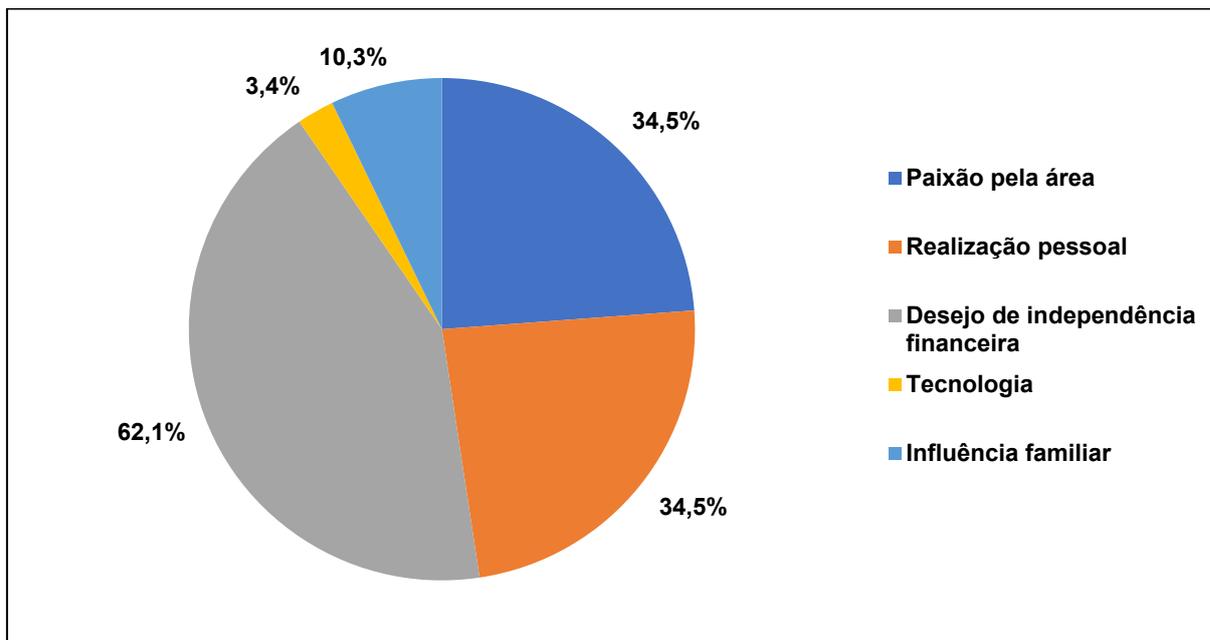
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Perguntados sobre o tempo de atuação é possível perceber a permanência desses jovens no mercado. O gráfico 4 revela que a expressiva parcela de 65,5% dos respondentes atua há mais de dois anos. As faixas de "De 1 a 2 anos" e "De 6 meses a 1 ano" apresentam o mesmo percentual, 17,2% cada. Não foram identificados empreendedores com menos de 6 meses de atuação na amostra. Este dado é relevante, pois indica que os jovens pesquisados não se encontram em estágio inicial, mas sim em fase de operação.

A predominância de empreendimentos com mais de dois anos de existência entre os jovens é um indicativo positivo de que, apesar dos desafios inerentes ao início de um negócio, muitos conseguem se manter ativos e progredir em suas jornadas.

Essa continuidade no mercado pode ser entendida pela forte motivação interna, como a paixão pela área e a busca por realização pessoal, que fortalecem a determinação. A capacidade de adaptação às constantes mudanças do ambiente também contribui para essa resiliência. Mesmo com apoio limitado, a força de vontade e a disposição para agir são diferenciais importantes para a permanência dos negócios.

Gráfico 5 - Motivações para empreender

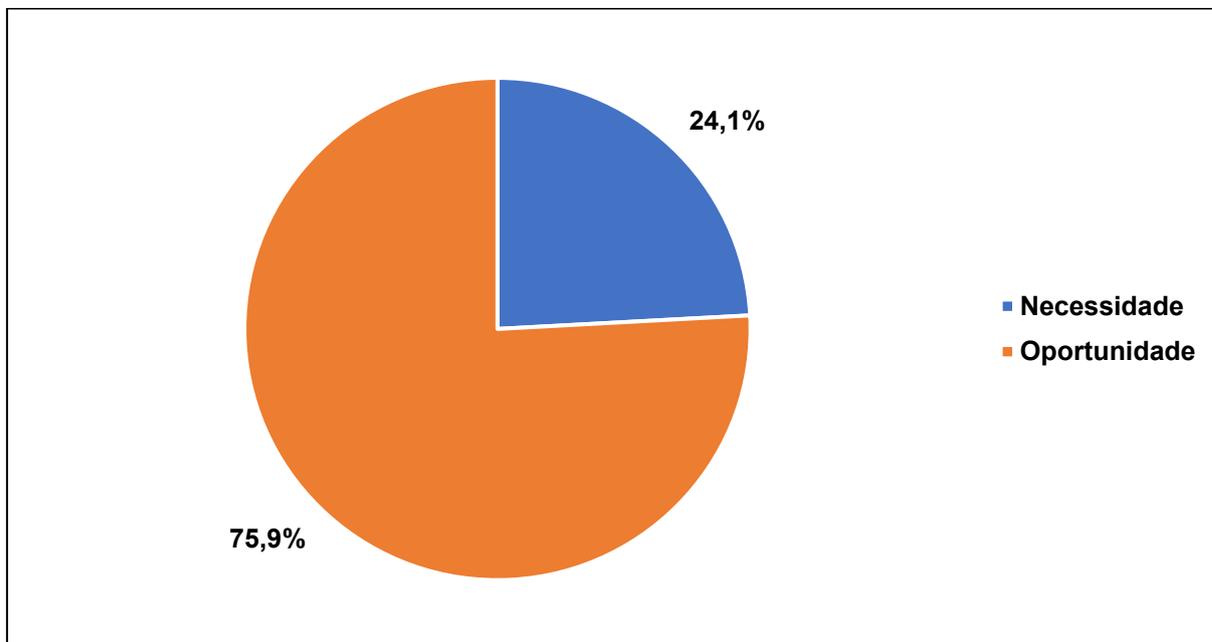


Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Ao explorar as motivações que levam os jovens em Santa Inês – MA a iniciarem aos seus empreendimentos, o gráfico 5 demonstra que o desejo de independência financeira surge como principal motivação, apontada por 62,1% dos participantes. Em segundo lugar, tanto a realização pessoal quanto a paixão pela área escolhida se destacam com igual relevância, registrando 34,5% das menções cada uma. Fatores adicionais, como a ausência de oportunidades de emprego (13,8%) e o incentivo familiar (10,3%), também foram considerados, embora em proporções mais modestas na amostra. Curiosamente, a "Tecnologia" foi mencionada por apenas 3,4% dos entrevistados.

Essa hierarquia de motivações revela uma complexidade na decisão de empreender, que vai além da simples necessidade econômica. Embora a falta de emprego seja um fator motivador presente, o forte apelo pela independência financeira, pela realização pessoal e pela paixão pela área escolhida se alinha com o que a literatura descreve sobre o empreendedorismo como um projeto de vida e uma busca por autonomia. A busca por independência e por ser o próprio chefe, por exemplo, surge como um desejo central para muitos jovens empreendedores. A paixão pela área e a busca por realização pessoal, podem indicar uma motivação intrínseca, onde o trabalho e o prazer se encontram, o que pode fortalecer a persistência e a criatividade mesmo diante de desafios.

Gráfico 6 - Empreendedorismo por necessidade x Empreendedorismo por oportunidade



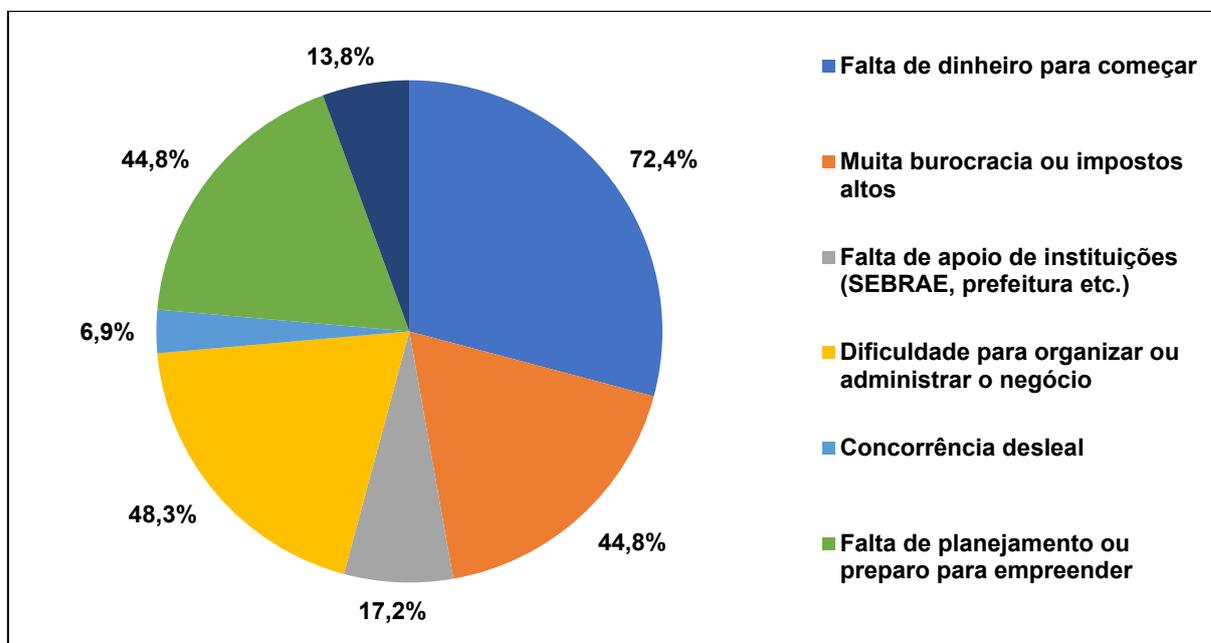
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Ao analisar a percepção dos jovens empreendedores de Santa Inês – MA sobre o tipo de motivação que impulsionou seus negócios, os resultados apresentados no gráfico 6 indicam uma clara predominância do empreendedorismo por oportunidade. Onde, 75,9% dos respondentes afirmaram ter iniciado seus empreendimentos por oportunidade, enquanto 24,1% o fizeram por necessidade.

Essa proporção indica que, para a maioria dos jovens investigados, a decisão de empreender se baseou em uma escolha estratégica, alinhada com o desejo de construir algo novo e de alcançar autonomia profissional. Tal característica aponta para um perfil que, em tese, busca o planejamento e o desenvolvimento sustentável, com foco em inovação e potencial de crescimento. No panorama nacional, é relevante observar que, conforme a Pesquisa GEM (2024), cerca de 45% dos empreendedores iniciais no país começaram seus negócios por necessidade, um aumento significativo em relação ao ano anterior. Este dinamismo local é reforçado pelos dados do Ministério da Economia, que indicam a abertura de 863 novas empresas em Santa Inês em 2024 (BRASIL, 2024), demonstrando um aquecimento na atividade empreendedora local. Este cenário local sugere que, para a maioria dos jovens empreendedores pesquisados, a decisão de iniciar um negócio não foi meramente uma resposta ao desemprego ou à ausência de outras opções, mas sim

uma ação estratégica pautada pela identificação de uma lacuna no mercado ou pelo desejo de inovar.

Gráfico 7 - Desafios enfrentados



Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

A compreensão dos desafios enfrentados pelos jovens empreendedores constitui um dos pilares centrais desta pesquisa. Dessa forma, ao serem questionados sobre as dificuldades que encontraram desde o início de seus negócios, os respondentes indicaram uma série de obstáculos, com destaque para a falta de dinheiro para começar, mencionada por 72,4% da amostra. Em seguida, a dificuldade para organizar ou administrar o negócio foi assinalada por 48,3%, evidenciando a complexidade da gestão empreendedora. A burocracia excessiva ou impostos altos e a falta de planejamento ou preparo para empreender aparecem com igual frequência, ambas citadas por 44,8% dos jovens. Desafios como a falta de apoio de instituições (SEBRAE, prefeitura etc.) (17,2%), a dificuldade para encontrar pessoas qualificadas (13,8%) e a concorrência desleal (6,9%) foram identificados em menor proporção.

A predominância da falta de capital inicial alinha-se com as barreiras frequentemente citadas na literatura sobre empreendedorismo no Brasil. O acesso a crédito e financiamento é um entrave recorrente, especialmente para quem está começando, dado que muitos não possuem histórico de crédito ou garantias (ENAP,

2021). Esta dificuldade em obter recursos financeiros é um gargalo que compromete a estruturação e o crescimento dos negócios.

Ao aprofundar a análise pela perspectiva da escolaridade, observou-se que a "Falta de dinheiro para começar" é um desafio comum, citado como o principal por todos os níveis de formação, desde o Ensino Médio incompleto até a Pós-graduação. Isso sugere que a barreira financeira vai além do nível educacional, sendo uma dificuldade estrutural para o jovem empreendedor em Santa Inês – MA. No entanto, desafios relacionados à "Dificuldade para organizar ou administrar o negócio" e "Falta de planejamento ou preparo para empreender" foram mais frequentemente mencionados por respondentes com Ensino Médio completo.

Para uma compreensão mais aprofundada desses desafios percebidos pelos próprios empreendedores, a Tabela 1 detalha os principais temas que surgiram das respostas à Pergunta 9 do questionário.

Tabela 1 - Categorias dos Maiores Desafios Percebidos

Categoria	Quantidade
Financeiro / Capital / Planejamento	8
Mercado / Clientes / Vendas / Concorrência / Fornecedores	7
Gestão / Organização / Planejamento / Conhecimento	3
Pessoal/ Resiliência / Rotinas	2

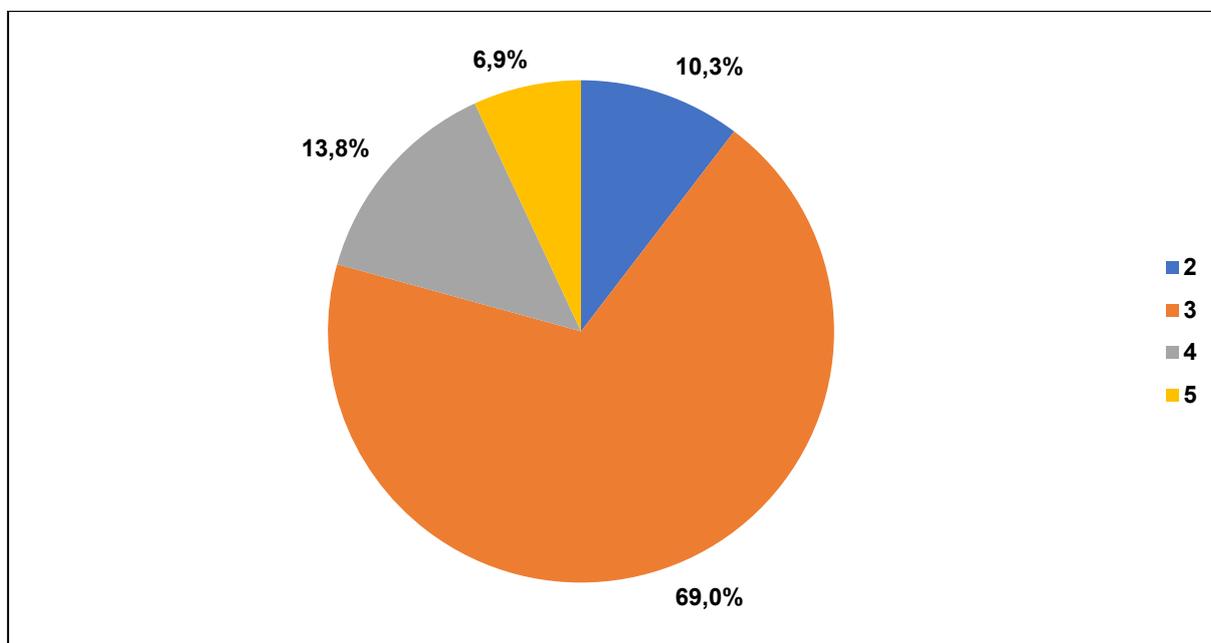
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Os dados mostram que as questões de natureza Financeira / Capital / Impostos são as mais proeminentes, mencionadas por 8 respondentes. Logo em seguida, os desafios relacionados a Mercado / Clientes / Vendas / Concorrência / Fornecedores foram citados por 7 jovens. Aspectos de Gestão / Organização / Planejamento / Conhecimento apareceram como o terceiro grupo de maior frequência, com 3 menções.

A predominância dos desafios financeiros e tributários, bem como das dificuldades ligadas à gestão e ao planejamento, corrobora a análise de que a falta de dinheiro para começar e a carência de preparo gerencial são obstáculos centrais para os jovens empreendedores em Santa Inês – MA. Além disso, a alta frequência de

menções a desafios de mercado e vendas complementa a visão, demonstrando as preocupações com a sustentabilidade e a competitividade do negócio no dia a dia.

Gráfico 8 - Escala de dificuldade em empreender



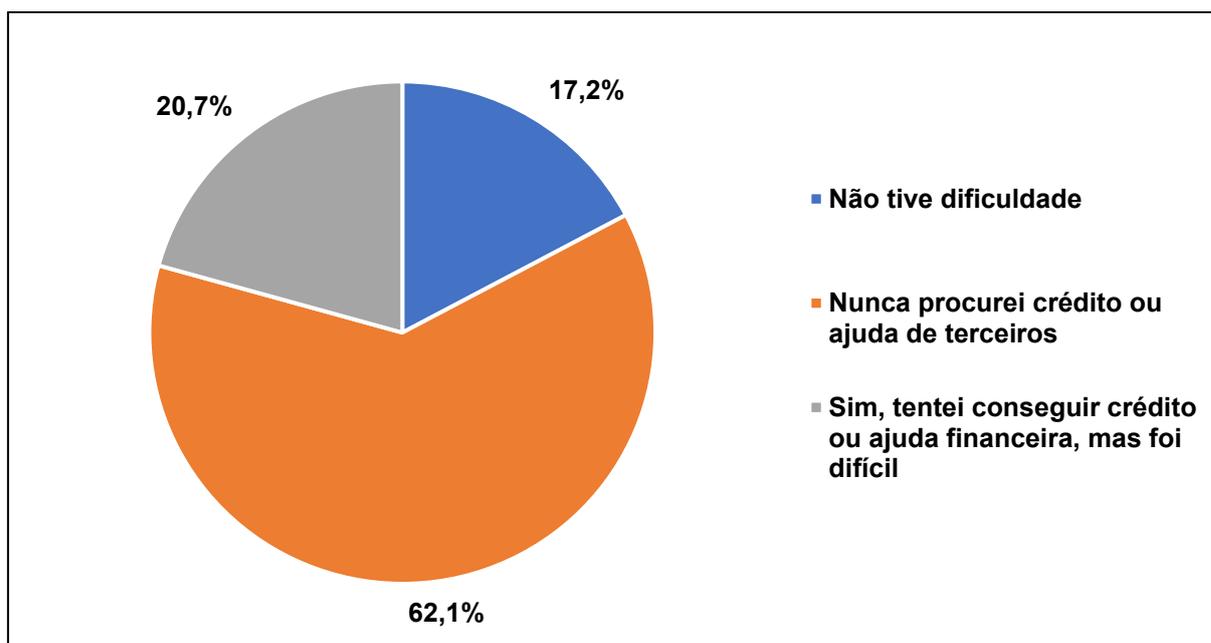
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Ao solicitar que os jovens empreendedores avaliassem a dificuldade de empreender na cidade de Santa Inês – MA em uma escala de 1 a 5, onde 1 significava "muito fácil" e 5, "muito difícil", a pesquisa revelou uma percepção majoritariamente intermediária. O Gráfico 8 mostra que a maior parcela dos respondentes, 69,0%, classificou a dificuldade como "mais ou menos / regular" (escala 3). Contudo, 13,8% consideraram a experiência "difícil" (escala 4) e 6,9% a avaliaram como "muito difícil" (escala 5), somando quase 21% que enfrentam um alto grau de dificuldade. Apenas 10,3% dos jovens a consideraram "fácil" (escala 2), e nenhum respondente assinalou a opção "muito fácil" (escala 1).

Essa distribuição indica que, para a maioria, o ambiente empreendedor em Santa Inês – MA não é nem extremamente facilitado, nem intransponível. A concentração na categoria "mais ou menos / regular" pode sugerir que os jovens enfrentam os desafios já discutidos, como a falta de capital e a burocracia, mas conseguem manejá-los sem que se tornem obstáculos insuperáveis para a continuidade do negócio. No entanto, a parcela que percebe alta dificuldade (quase um quinto da amostra) reforça a necessidade de apoio e políticas públicas que

suavizam os entraves que tornam a jornada empreendedora mais árdua. A persistência dos jovens, como visto no tempo de atuação, apesar dessa percepção de dificuldade, pode estar ligada a motivadores intrínsecos como a paixão e a busca por realização pessoal, que funcionam como "combustível" para superar os obstáculos (DOLABELA, 2008).

Gráfico 9 - Dificuldade para conseguir crédito ou financiamento



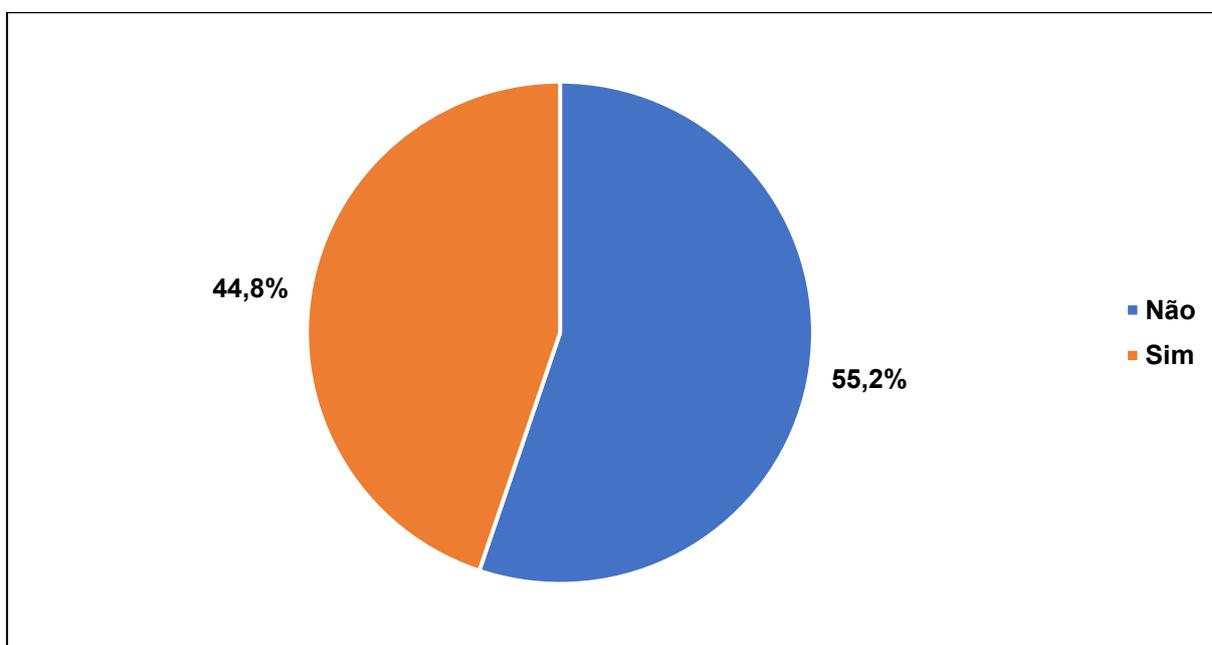
Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

A questão do acesso a recursos financeiros foi explorada ao indagar os jovens empreendedores sobre suas experiências em conseguir crédito ou financiamento. Os resultados apresentados no gráfico 9 indicam que a maioria, 62,1% dos respondentes, nunca procurou crédito ou ajuda de terceiros. Uma parcela menor, 20,7%, afirmou ter tentado, mas encontrado dificuldade para conseguir apoio financeiro. Por outro lado, 17,2% declararam não ter tido dificuldade. A ausência de busca por crédito por parte da maioria pode ter diversas razões, desde o desconhecimento sobre as opções disponíveis - como Banco do Brasil, Bradesco e SICOOB - até a percepção de que o processo é excessivamente burocrático ou inacessível.

No entanto, o fato de que aproximadamente um quinto dos jovens que buscaram crédito enfrentou dificuldades ressalta um entrave persistente no ambiente empreendedor. Esta realidade está em harmonia com as observações sobre os desafios de acesso a crédito no Brasil, onde a falta de garantias e a complexidade da

documentação exigida são barreiras comuns para pequenos empreendedores (ENAP, 2021). A formalização, mesmo como Microempreendedor Individual (MEI), não garante a plena superação das limitações na gestão financeira, tampouco a compreensão total das obrigações fiscais ou o fácil acesso a linhas de crédito (Silva, 2022). Dessa forma, a percepção de dificuldade ou a própria abstenção na busca por crédito podem ser reflexos de um ambiente que ainda não oferece o suporte financeiro ideal para o desenvolvimento e a escala dos negócios dos jovens.

Gráfico 10 - Participação em capacitação, oficina ou curso de empreendedorismo

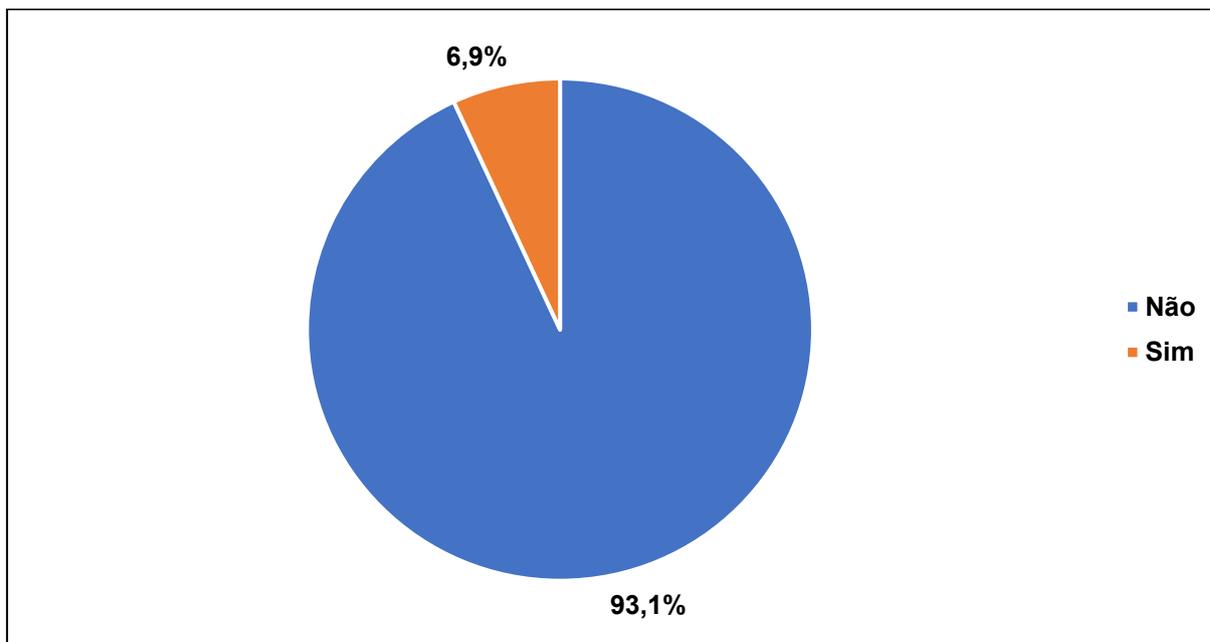


Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

A relevância da educação empreendedora para o desenvolvimento de habilidades e a sustentabilidade dos negócios foi um ponto explorado nesta pesquisa. Ao serem questionados sobre a participação em capacitações, oficinas ou cursos de empreendedorismo, a maioria dos jovens empreendedores de Santa Inês – MA, 55,2%, indicou não ter participado. Uma parcela considerável, 44,8%, afirmou ter tido acesso a esse tipo de formação. Este dado sugere uma lacuna significativa na busca ou oferta de conhecimento formalizado sobre gestão e estratégias empreendedoras para a juventude local, apesar da atuação de instituições como o SEBRAE e a própria Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo da Prefeitura Municipal de Santa Inês na oferta de cursos e programas na região.

A ausência de participação em capacitações por mais da metade da amostra pode ser um fator que contribui para as dificuldades já mencionadas, como a de organizar ou administrar o negócio e a falta de planejamento. Como apontado por Andrade Júnior e Sato (2019, p. 9), "o ensino tradicional não é suficiente para formar empreendedores: é necessário contato direto com experiências práticas". Isso reforça que, além do conhecimento teórico, a vivência e o aprimoramento contínuo por meio de formações específicas são cruciais para o desenvolvimento de competências comportamentais e técnicas. A limitada participação observada pode, portanto, indicar que muitos jovens estão aprendendo "na prática" sem o devido suporte estruturado, o que pode aumentar os riscos e a curva de aprendizado em seus empreendimentos.

Gráfico 11 - Apoio de alguma instituição (SEBRAE, prefeitura, associações etc.)

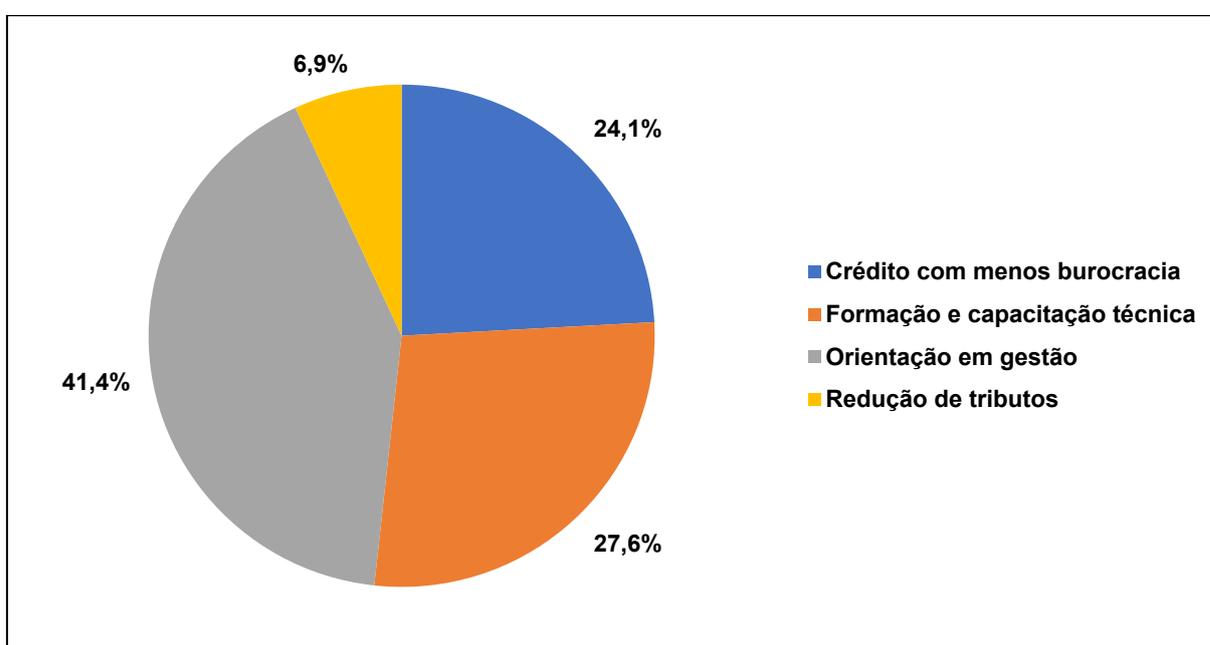


Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Investigando o suporte institucional que os jovens empreendedores em Santa Inês – MA têm recebido, os resultados da pesquisa revelam um cenário de baixa adesão ou alcance por parte das instituições de apoio. A grande maioria, 93,1% dos respondentes, afirmou não ter recebido apoio de nenhuma instituição como SEBRAE, prefeitura ou associações. Apenas uma pequena parcela, 6,9%, declarou ter tido acesso a esse tipo de suporte. Este dado é relevante, pois sugere uma lacuna significativa entre a necessidade de suporte e a sua efetiva oferta ou acesso por parte dos jovens que buscam empreender no município.

A falta de acesso a esses recursos pode agravar os desafios já identificados, como a dificuldade de acesso a crédito e a deficiência em planejamento e gestão, uma vez que tais instituições frequentemente oferecem justamente capacitações e orientações nessas áreas. A baixa taxa de recebimento de apoio institucional pode indicar que as ações existentes não estão atingindo efetivamente a base de jovens empreendedores ou que há uma desconexão entre as ofertas e as reais necessidades e o conhecimento desses jovens sobre tais recursos.

Gráfico 12 - Tipo de apoio mais importante para os jovens empreendedores



Fonte: Elaborado pelo Autor (2025).

Ao final do questionário, buscou-se compreender qual tipo de suporte os jovens empreendedores de Santa Inês – MA consideram mais relevante para suas jornadas. O gráfico 12 apresenta que a orientação em gestão foi apontada como o auxílio mais crucial por 41,4% dos respondentes. Em seguida, a formação e capacitação técnica foi assinalada por 27,6% dos jovens. O crédito com menos burocracia apareceu como prioridade para 24,1%, e a redução de tributos foi mencionada por uma parcela menor, 6,9%.

A alta procura por orientação em gestão e formação e capacitação técnica confirma as dificuldades já identificadas na amostra, como a "dificuldade para organizar ou administrar o negócio" e a "falta de planejamento ou preparo para empreender". Isso reforça a ideia de que, mesmo com o espírito empreendedor,

muitos jovens sentem a necessidade de aprimorar seus conhecimentos práticos e de gerenciamento para conduzir seus negócios de forma mais eficaz e duradoura. A preferência por esses tipos de apoio em vez da redução de impostos ou até mesmo do crédito simplificado, embora estes também sejam importantes, destaca a percepção de que o saber fazer e a capacitação são essenciais para lidar com o ambiente de negócios. Esse desejo por conhecimento aprofundado está em linha com a importância da educação empreendedora, que busca desenvolver habilidades comportamentais e estratégicas para transformar ideias em negócios que se sustentem. A demanda por "crédito com menos burocracia", mesmo sendo a terceira prioridade, reafirma que ter acesso facilitado a recursos financeiros continua sendo um desafio real

5 CONCLUSÃO

No que se refere ao perfil sociodemográfico, a pesquisa revelou uma participação equitativa entre os gêneros e uma escolaridade diversificada, com a maioria tendo Ensino Médio completo ou Ensino Superior incompleto. A atuação dos empreendedores concentra-se no Comércio e na Prestação de Serviços, e a maioria demonstra persistência, atuando no mercado há mais de dois anos.

As razões que impulsionam o empreendedorismo são variadas. Embora a falta de emprego seja um fator para uma parcela, o desejo de independência financeira sobressaiu como o principal motor (62,1%). A realização pessoal e a paixão pela área também se destacaram. Para os jovens investigados, a decisão de empreender surge mais de uma busca ativa por autonomia, configurando um cenário predominantemente de empreendedorismo por oportunidade (75,9%), distinguindo-se, nesse aspecto, do panorama nacional.

No que se refere aos desafios, o estudo mostrou que os jovens empreendedores enfrentam obstáculos. A falta de capital inicial foi apontada como a maior dificuldade (72,4%), seguida por questões de organização e administração do negócio, bem como pela burocracia e impostos elevados. A análise das respostas abertas sobre o "maior desafio" reiterou que questões financeiras, a carga tributária e a busca por clientes são preocupações centrais, vivenciadas pelos próprios empreendedores. O acesso a crédito igualmente se fez presente como um entrave, com muitos declarando dificuldade ou a ausência de busca por esse apoio.

Apesar dos obstáculos, a maioria dos entrevistados avalia a dificuldade de empreender como “mais ou menos / regular”. Essa resiliência pode ser impulsionada pela paixão pela área e pela busca por realização pessoal. No entanto, um aspecto que demanda atenção é a baixa participação em capacitações e a quase ausência de apoio institucional (93,1% não receberam suporte). Essa carência pode intensificar as dificuldades de gestão e planejamento, limitando o crescimento dos negócios. Os próprios jovens indicam a orientação em gestão e a formação e capacitação técnica como os apoios mais relevantes.

Em síntese, esta pesquisa delineou um perfil de jovens empreendedores em Santa Inês – MA que, embora grande parte motivados pela oportunidade e pela busca de autonomia, confrontam-se com desafios tanto estruturais quanto gerenciais. A escassa presença de apoio institucional e a limitada participação em capacitações ressaltam a necessidade premente de programas e políticas mais acessíveis e alinhados à realidade desses jovens.

Este estudo oferece uma contribuição relevante ao campo da Administração, apresentando um panorama detalhado sobre o empreendedorismo juvenil em um contexto regional específico em Santa Inês – MA. Por fim, seria relevante investigar a ampliação da abordagem, bem como o aprofundamento da análise qualitativa. Adicionalmente, seria relevante investigar a sustentabilidade dos negócios iniciados pelos jovens e os fatores que os levam a continuar empreendendo, além de analisar a efetividade dos programas de apoio existentes em Santa Inês – MA.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Número de jovens empreendedores aumentou 23% na última década.** 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/numero-de-jovens-empreendedores-aumentou-23-na-ultima-decada/>. Acesso em: 05 mar. 2025
- ALVES, Ellen Carvalho; ALVES, Paulo Roberto; NABARRO, Cristina Becker Matos; MAIA, Marcos Antônio de Oliveira. Como é empreender em períodos turbulentos: Um estudo do comportamento empreendedor brasileiro em período de crise. *In: DALLAMUTA; João; OLIVEIRA, Luiz César de; HOLZMANN, Henrique Ajuz (org.). Administração, empreendedorismo e inovação 4.* Ponta Grossa, PR: Atena, 2019. p. 195-206.
- ANDRADE JÚNIOR, João Alberto; SATO, Geni Satiko Sugiyama. A influência da educação empreendedora na identificação de novas oportunidades de negócios. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 2, n. 1, p. 17-31, 2019.
- BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. **Revista de Psicologia**, v.17, n. 66, p. 190-208, 2023.
- BRASIL está em 56º lugar em educação empreendedora nas escolas.** Na Prática, 2018. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/educacao-empreendedora-brasil/>. Acesso em: 7 jan. 2024.
- BRASIL, Sandra Aparecida; BRASIL, Cintia Fernanda. NOGUEIRA, Clariana Ribeiro. Empreendedorismo jovem: fatores que contribuem para a atividade empreendedora. **Revista Eletrônica Científica Inovar**, v. 21, n. 2, p. 56-64, 2013.
- BRASIL. **Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013.** Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE. Brasília: Presidência da República, 2013. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm. Acesso em: 10 de mai. 2025
- BRASIL. Ministério da Economia; Escola Nacional de Administração Pública (ENAP); CATÁLISE. **Desafios de acesso a crédito: briefing dos 3 problemas.** Brasília: ENAP, 2021. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6344/1/Desafios%20de%20Acesso%20a%20Cr%C3%A9dito%20-%20Briefing%20dos%203%20problemas.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2025
- BRASIL. Ministério da Economia. **Painel Mapa de Empresas.** 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 5 jun. 2025.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na Prática: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso**. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023b. E-book.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo Transformando Ideias em negócios**. 9. ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2023a. *E-book*

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (Entrepreneurship)**. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILLION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Tradução de Maria Letícia Galizzi e Paulo Luz Moreira. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5–28, 1999.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FREITAS, Railla de Oliveira; GRANETTO, Sergio Zeno. Os desafios do jovem empreendedor em busca de um espaço no mercado competitivo de Araguaína-TO. **JNT- Facit Business and Technology Journal**, v. 2, n. 47, p. 417-435, 2023.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2022–2023**. [s.l]: ANEGEPE, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-BR-2022-2023-Livro-Final.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2025.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2023–2024**. [s.l]: ANEGEPE, 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/09/Livro-BR-2023-2024-vF-Web-comprimido-1.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2025

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2024–2025**. [s.l]: ANEGEPE, 2025. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-VF.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2025.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Grupo A, 2014. *E-book*.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: principais resultados – 4º trimestre de 2024**. Brasília: IBGE, 2025. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2421/pnact_2024_4tri.pdf. Acesso em: 26 fev. 2025.

REIS, Tatiane Lopes dos; SANTOS, Rejane Heloise dos. Empreendedorismo Jovem: Motivações, Dificuldades e Particularidades. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 2, p.36-65, 2021.

SCHUPETER, Joseph A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico [The Theory of Economic Development]**. Tradução Maria Sílvia Possas, São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 25 abr. 2025.

SEBRAE. **Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE**. 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 25 abr. 2025

SILVA, Jéssica Aparecida. **A decisão de formalização de microempreendedores individuais durante a pandemia de Covid-19: necessidade ou oportunidade?** 2022. 15 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023

SILVA, William Nunes da; CRESPO, Aline; GIL, Antônio Carlos. Aspirações e temores de jovens empreendedores. **Revista Pretexto**, v. 18, n. 2, p.48-65, 2017.

SOARES, Michel André Felipe; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos *In*: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, **Anais [...]** Curitiba, 2005, p.305-312.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; DUCCI, Norma Pimenta Cirilo; SARRASSINI, Noeli dos Santos; MUNHÊ, Vilma Pimenta Cirilo; DUCCI, Larissa Zamarian. Empreendedorismo Jovem e a Influência da Família: A História de Vida de uma Empreendedora de Sucesso. **Revista de Gestão**, Curitiba, v. 18, ed. 1, p. 3-18, 2011.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874–891, 1 dez. 2014.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado aos jovens empreendedores de Santa Inês – MA

1. Qual sua idade?

2. Gênero:

() Masculino

() Feminino

3. Qual é sua escolaridade?

() Ensino Médio incompleto

() Ensino Médio completo

() Ensino Superior incompleto

() Ensino Superior completo

() Pós-graduação

4. Qual é o setor de atuação do seu negócio?

() Comércio

() Prestação de serviços

() Indústria

5. Há quanto tempo você atua como empreendedor(a)?

() Menos de 6 meses

() De 6 meses a 1 ano

() De 1 a 2 anos

() Mais de 2 anos

6. O que te levou a começar seu negócio? (Pode marcar mais de uma)

() Falta de emprego

() Desejo de independência financeira

() Vontade de ser seu próprio chefe

() Influência familiar

() Paixão pela área

() Realização pessoal

() Outro: _____

7. Você considera que iniciou seu negócio por:

(Oportunidade é quando se empreende por escolha e visão de mercado; necessidade, por falta de alternativas de trabalho.)

Oportunidade

Necessidade

8. Quais desses desafios você já enfrentou desde o início do seu negócio? (Pode marcar mais de uma)

Falta de dinheiro para começar

Muita burocracia ou impostos altos

Falta de apoio de instituições (SEBRAE, prefeitura etc.)

Dificuldade para organizar ou administrar o negócio

Concorrência desleal

Falta de planejamento ou preparo para empreender

Dificuldade para encontrar pessoas qualificadas para ajudar

Outro: _____

9. Qual foi (ou é) seu maior desafio até hoje como empreendedor?

10. Em uma escala de 1 a 5, como você avalia a dificuldade de empreender em Santa Inês – MA?

(1 = muito fácil | 2 = fácil | 3 = mais ou menos / regular | 4 = difícil | 5 = muito difícil)

1

2

3

4

5

11. Você já teve dificuldade para conseguir crédito ou financiamento?

Sim, tentei conseguir crédito ou ajuda financeira, mas foi difícil

Não tive dificuldade

Nunca procurei crédito ou ajuda de terceiros

12. Já participou de alguma capacitação, oficina ou curso de empreendedorismo?

Sim

Não

13. Você já recebeu apoio de alguma instituição (SEBRAE, prefeitura, associações etc.)?

() Sim

() Não

14. Qual tipo de apoio você considera mais importante para jovens empreendedores como você?

() Crédito com menos burocracia

() Formação e capacitação técnica

() Redução de tributos

() Orientação em gestão

() Outro: _____