



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, ECONOMIA, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

OSCARINA MARIA LIMA DE ARRUDA

OS FATORES MOTIVACIONAIS DO EMPREENDEDORISMO NA JUVENTUDE:
UM ESTUDO COM JOVENS DA CIDADE DE PARAMOTI-CE

FORTALEZA

2019

OSCARINA MARIA LIMA DE ARRUDA

OS FATORES MOTIVACIONAIS DO EMPREENDEDORISMO NA JUVENTUDE: UM
ESTUDO COM JOVENS DA CIDADE DE PARAMOTI-CE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração, do Departamento de Administração, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

FORTALEZA

2019

A819 Arruda, Oscarina Maria Lima de.
OS FATORES MOTIVACIONAIS DO EMPREENDEDORISMO NA JUVENTUDE: UM ESTUDO
COM JOVENS DA CIDADE DE PARAMOTI-CE / Oscarina Maria Lima de Arruda. – 2019.
47 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2019.
Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

1. Motivação. 2. Empreendedorismo. 3. Jovem. I. Título.

CDD 658

OSCARINA MARIA LIMA DE ARRUDA

OS FATORES MOTIVACIONAIS DO EMPREENDEDORISMO NA JUVENTUDE:
UM ESTUDO COM JOVENS DA CIDADE DE PARAMOTI-CE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração, do Departamento de Administração, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dra. Fabiana Nogueira Holanda Ferreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Para Estevão, João Pedro, Davi Oscar,
Luana e Lucas.

AGRADECIMENTOS

Nenhuma etapa deste trabalho foi tão complexa quando sintetizar em uma página os meus agradecimentos a todos aqueles cuja presença, física ou não, me inspiraram na conclusão desta etapa em minha vida. Nenhuma pesquisa científica será suficiente para concluir sobre a experiência do amor que me impulsionou a seguir ao longo deste curso, mesmo em meio a fadiga dos dias de trabalho, dos estresses como consequência de uma vida de extrema correria na capital, das dificuldades em acompanhar o ritmo da universidade, consequência da deficiência educacional do ensino básico oferecido na educação pública deste país.

Agradeço à Deus, pelo amor incondicional, pelo sopro de vida nos momentos mais difíceis, por segurar a minha mão todas as vezes que eu caí.

À minha mãe, Alice, pela dedicação a missão de ser mãe, esse ser transbordante de amor.

À minha irmã Ozana, que por vezes inconscientemente desbravou caminhos para mostrar-me que eles também podiam ser meus. Por ser inspiração para nossa família. Por me ensinar a paixão pelos livros.

Ao meu pai (*in memoriam*) e meus irmãos.

Ao meu esposo Junior, por cada noite de espera na recepção da universidade ao longo desses quatro anos e meio, pelo companheirismo incansável, sobretudo na conclusão desta etapa em minha vida, pela dedicação ao nosso Sim.

Aos meus sobrinhos, Estevão, João Pedro, Davi Oscar, Luana e Lucas, a quem dedico este trabalho, por me amarem com o amor mais puro, por me ensinarem muito, com tão pouco, por me proporcionarem a melhor experiência da minha vida, ser a Tia Carina de vocês.

A Universidade Federal do Ceará por me proporcionar os melhores anos de estudo da minha vida.

Ao meu orientador Prof. Diego Queiroz, pelo amor e dedicação ao magistério e pela paciência com seus alunos.

E por fim, àqueles que inspiraram este trabalho e que dedicam toda sua energia ao empreendedorismo mesmo em meio as adversidades impostas pelo contexto social e econômico que vivem. Muito obrigada!

“Nada te perturbe, nada te espante, tudo
passa. Deus não muda.
A paciência tudo alcança.
Quem a Deus tem, Nada lhe falta.
Só Deus basta!”
Santa Tereza D’Ávila

RESUMO

O termo empreendedorismo nunca foi tão citado quanto na atualidade. O contexto econômico, social e político de muitos países, incluindo o Brasil, vem impulsionando o surgimento dos mais diversos tipos de negócios e, nesse contexto, percebe-se o enorme potencial criativo de brasileiros empreendedores atravessando gerações. Ante o exposto, constituem-se como objetivo principal desta pesquisa identificar quais as motivações de jovens de uma cidade no interior cearense, Paramoti, ao dedicarem-se a atividade empreendedora. Ademais, buscou-se ainda traçar o perfil destes empreendedores bem como as características dos empreendimentos por estes conduzidos. Para embasar esta pesquisa, foi desenvolvido o referencial teórico com base nos estudos acerca da origem e conceitos do empreendedorismo, características dos empreendedores, o empreendedorismo na juventude e motivações ao empreendedorismo. Portanto, esta pesquisa classifica-se como descritiva. Os dados foram obtidos por meio de aplicação de questionário *online* com jovens entre 15 e 29 anos que desenvolvem atividades empreendedoras na cidade de Paramoti-Ce. A partir dos dados coletados, fora possível traçar o perfil desses jovens, quais as suas principais características e quais delas se relacionam com aquelas apresentadas nas literaturas que versam sobre o tema, quais os tipos de empreendimentos que estes desenvolvem bem como quais as expectativas desses jovens para o futuro, além da identificação das motivações que levaram tais jovens ao desenvolvimento das atividades empreendedoras.

Palavras-chave: Motivação. Empreendedorismo. Jovem.

ABSTRACT

The term entrepreneurship has never been so quoted as it is today. The economic, social and political context of many countries, including Brazil, has been driving the emergence of the most diverse types of business and, in this context, we realize the enormous creative potential of Brazilian entrepreneurs across generations. Given the above, the main objective of this research is to identify the motivations of young people from a city in the interior of Ceará, Paramoti, when dedicating themselves to entrepreneurial activity. In addition, it was also sought to outline the profile of these entrepreneurs as well as the characteristics of the enterprises conducted by them. To support this research, the theoretical framework was developed based on studies on the origin and concepts of entrepreneurship, characteristics of entrepreneurs, youth entrepreneurship and motivations for entrepreneurship. Therefore, this research is classified as descriptive. Data were obtained by applying an online questionnaire with young people aged 15-29 who develop entrepreneurial activities in the city of Paramoti-Ce. From the collected data, it was possible to trace the profile of these young people, what are their main characteristics and which ones are related to those presented in the literature on the theme, what kind of enterprises they develop and what are the expectations of these young people? for the future, as well as identifying the motivations that led these young people to the development of entrepreneurial activities.

Keywords: Motivation. Entrepreneurship. Young people.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Delimitação da área do estudo do empreendedorismo	15
Quadro 2 – Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo	19
Quadro 3 – Questionário aplicado aos pesquisados	29
Quadro 4 – Perfil dos Respondentes.....	31
Quadro 5 – Características dos Participantes	32
Quadro 6 – Empreendimentos em Paramoti-Ce	36
Quadro 7 – Motivações ao empreendedorismo em Paramoti-Ce	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDM	Índice de Desenvolvimento Municipal
IFCE	Instituto Federal de Educação do Ceará
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
OIT	Organização Internacional do Trabalho
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDUC	Secretaria de Educação do Ceará
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TTE	Taxa Total de Empreendedorismo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 Origem e conceitos de empreendedorismo	14
2.2 Características do perfil empreendedor	16
2.3 Fatores motivacionais ao empreendedorismo	20
2.4 O empreendedorismo na juventude	22
3 METODOLOGIA.....	26
3.1. Classificação da Pesquisa.....	26
3.2 Ambiente Estudado	27
3.3 Amostragem	28
3.4 Coleta de dados	28
4 RESULTADOS.....	31
4.1 Perfil dos Empreendedores	31
4.2 Atividades empreendedoras	33
4.3 Fatores motivacionais ao empreendedorismo	38
4.4 Perspectivas para o futuro do empreendimento	39
CONCLUSÃO.....	42
REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

Termo cuja utilização data-se desde os séculos XVIII e XIX na reflexão de pensadores economistas, conhecidos defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico, (CHIAVENATO, 2007), o empreendedorismo pode ser compreendido, segundo Limeira (2014 *apud* CARVALHO *et al.* 2018), como uma ação humana voltada para a geração de valor através da criação e do desenvolvimento de novos produtos, processos e mercados. Para Dornelas (2008), consiste na capacidade de fazer algo novo, diferente, de mudar a situação atual de forma incessante.

Associada ao empreendedorismo, destaca-se a figura do empreendedor, definida por Dornelas (2008, p. 23) como “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio capaz de capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”, combinado aos fatores de produção, trabalho e capital de modo a gerar maior produção de bens e serviços (MARSHALL, 1985 *apud* GUIMARÃES JUNIOR, 2019).

A nível mundial, o crescimento do empreendedorismo apresentou aceleração na década de 1990 com aumento em proporção nos anos 2000, observado pelas ações desenvolvidas relacionadas ao tema, como programas de incubação de empresas e parques tecnológicos, desenvolvimento de currículos integrados com fins a estimular o empreendedorismo da educação fundamental à pós-secundária, programas, incentivos e subsídios governamentais que fomentam a inovação, transferência de tecnologias e a criação e desenvolvimento de novas empresas (DORNELAS, 2008).

Também na década de 1990, o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil através da criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (DORNELAS, 2008). A partir de então, o país começou a destacar-se nos números relativos ao desenvolvimento de atividades empreendedoras.

O primeiro relatório executivo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2000, mostrou o Brasil como o país com a melhor relação entre o número de habitantes adultos que iniciam um novo negócio e o total dessa população, numa proporção de 01 a cada 08 adultos (DORNELAS, 2008). O último relatório do GEM apontou que, em 2018, a Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) no Brasil foi de 38%, ou seja, a cada 05 brasileiros com idade entre 18 e 64 anos, 02 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, o que permite

estimar que aproximadamente 52 milhões de brasileiros, dentro da faixa etária pesquisada, estavam liderando atividade empreendedora (SEBRAE, 2019).

Considerando o crescente aumento no número de indivíduos que se dedicam à atividade empreendedora no Brasil, um país com múltiplas características sociais e demográficas, lança-se como justificativa para a presente pesquisa, numa perspectiva acadêmica, a busca pelo entendimento dos fatores motivacionais ao empreendedorismo entre os jovens, considerando um cenário novo aos já explorados, com ênfase nas características dos sujeitos e do ambiente investigados. No contexto empresarial, tal pesquisa poderá ser útil a empresários na identificação do perfil de empreendedores da cidade objeto deste estudo, fornecendo arcabouço de informações que poderão auxiliar a montar planejamento e traçar estratégias de investimentos na cidade em questão.

Nesse contexto, esta pesquisa tem como base o seguinte problema: Quais os fatores que motivam os jovens de uma cidade no interior do Ceará a desenvolver atividades empreendedoras? Por conseguinte, o objetivo geral da pesquisa consiste analisar os fatores que motivam os jovens de uma cidade no interior do Ceará a desenvolver atividades empreendedoras. Constituem-se como objetivos específicos:

- a) Descrever as características do perfil empreendedor dos jovens da cidade de Paramoti/Ce;
- b) Apresentar as atividades empreendedoras desenvolvidas pelos jovens da cidade de Paramoti/Ce;
- c) Analisar os fatores motivacionais que influenciaram na criação dos empreendimentos desenvolvidos por esses jovens.

Quanto aos aspectos metodológicos, esta pesquisa classifica-se como qualitativa. A coleta de dados foi feita por meio de questionários aplicados com 08 jovens empreendedores residentes em Paramoti-Ce, cidade situada no sertão cearense e que atualmente ocupa posição desfavorável no *ranking* de desenvolvimento econômico dos municípios, na faixa etária de 15 a 29 anos, no período de 23 de setembro e 07 de outubro de 2019. A aplicação dos questionários se deu por meio do aplicativo online *Google Forms*. O quantitativo de questionários aplicados foi considerado suficiente dada a saturação teórica dos dados.

A monografia está estruturada, além desta seção introdutória, em mais quatro seções. A segunda seção, Referencial Teórico, traz a origem e os conceitos do empreendedorismo, características do perfil empreendedor, os fatores motivacionais ao empreendedorismo e

empreendedorismo na juventude. A terceira seção expõe os princípios metodológicos utilizados, detalhando as técnicas de coletas de dados das quais lançou-se mão, assim como os procedimentos de análise dos dados levantados. A quarta seção é destinada a apresentação dos resultados obtidos. A quinta seção é dedicada a conclusão e considerações finais do trabalho realizado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão abordados os referenciais teóricos sobre o assunto que embasam este trabalho e que servirão para a análise dos resultados. Inicialmente, são apresentadas a origem e os conceitos mais disseminados de empreendedorismo. Em seguida, apresentam-se as principais características atribuídas ao perfil do empreendedor. O terceiro tópico aponta os fatores motivacionais ao empreendedorismo e por fim, uma exploração do empreendedorismo na juventude.

2.1 Origem e conceitos de empreendedorismo

Originado da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa, que por sua vez é composta pela palavra francesa *entrepreneur* e pelo sufixo inglês *ship*, a expressão empreendedorismo surgiu na língua portuguesa no século XV (BAGGIO; BAGGIO, 2014) e até os dias atuais ainda não há um consenso sobre o conceito de empreendedorismo.

Baggio e Baggio (2014, p. 26) afirmam ser “a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”, enquanto Dornelas (2008, p. 22) aponta para “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.” Schumpeter (1949, p. 55) por sua vez, define empreendedorismo a partir da reflexão sobre o espírito empreendedor, afirmando que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais e tecnologias.”

Nesse contexto maior do empreendedorismo, o termo inovação vem ganhando destaque. Conforme afirma Drucker (2012, p. 25), “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente”.

Muito embora, conforme apresentado acima, não se tenha uma definição única para o termo, este já vem sendo utilizado há muito tempo e dentro de uma perspectiva cronológica da sua utilização, Hashimoto (2013) apresenta um breve histórico pontuando que o primeiro uso foi registrado no ano de 1755 pelo economista Richard Cantillon, que o utilizou para explicar a aceitação ao risco de se comprar algo a determinado preço e vendê-lo posteriormente em um regime de incerteza. Mais tarde, em 1803, outro economista, Jean Baptiste Say, ampliou

essa definição afirmando que o empreendedorismo se relaciona com aquele que transfere recursos econômicos de determinado setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevado e com maior capacidade de rendimento, definindo, portanto, como empreendedor aquele que abre seu próprio negócio. Mais recente, em 1990, os estudiosos Stevenson e Jarillo, professores da *Harvard Business School*, classificaram os estudos do empreendedorismo dentro de três perspectivas: a primeira, cujo interesse está concentrado nos resultados das ações empreendedoras e não somente na figura do empreendedor e de suas ações e que é abraçada pelos economistas. A segunda, que é defendida por profissionais da psicologia e da sociologia e destaca a figura do empreendedor enquanto indivíduo, considerando para fins de análise seu passado, suas motivações, seu ambiente e seus valores. E a terceira linha, determinada por administradores e que foca na busca pelo conhecimento das habilidades gerenciais e administrativas, os métodos para o alcance dos objetivos incluindo as técnicas e ferramentas, as variáveis do processo de tomada de decisão e os métodos de resolução de problemas.

Os estudos acerca do empreendedorismo seguem em aperfeiçoamento constante e as tentativas de limitar campo vem permitindo que diferentes áreas do conhecimento possam se debruçar em pesquisas para fins didáticos. Stevenson e Jarillo (1990, p. 18 *apud* FRANCO; GOUVEIA, 2016), sintetizam a área do empreendedorismo através da classificação das três correntes principais, exploradas no parágrafo anterior, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Delimitação da área do estudo do empreendedorismo

Áreas de estudo	Definição
O que acontece quando os empreendedores agem (<i>what</i>)	Concentra-se nos resultados das ações empreendedoras, e não apenas no empreendedor ou em suas ações, formada por economistas.
Por que os empreendedores agem (<i>why</i>)	Abordagem composta por psicólogos e sociólogos e fornece uma visão do empreendedor como indivíduo, as causas que o levam a agir e tendo como objeto de análise sua experiência, suas motivações, seu ambiente e seus valores.
E como os empreendedores agem (<i>how</i>)	Esta corrente tem o foco na gestão empreendedora. Como os empreendedores, independentemente das razões pessoais, são capazes de alcançar seus objetivos, ou seja, quais são suas habilidades gerenciais e administrativas.

Fonte: Stevenson e Jarillo (1990, p. 18 *apud* FRANCO; GOUVEIA 2016).

Diante do embate acerca do tema, conforme exposto nos parágrafos anteriores,

Ferreira (2015, p. 13) conclui que "o conceito de empreendedorismo pode ter várias vertentes e, dependendo do tipo de análise e/ou contextualização que lhe for dado, até pode acontecer que as diferentes vertentes estejam todas corretas".

2.2 Características do perfil empreendedor

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo assume um papel que vai além do aumento de produção e renda per capita, abrange os processos de iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio bem como da sociedade. Contudo, Schumpeter (1982) sinaliza que o empreendedorismo sozinho não é capaz de gerar mudanças ou criar novos produtos e serviços, apontando para a necessidade da existência de um empreendedor para idealizar projetos e criar novos negócios, considerando que este é fundamental para o desenvolvimento econômico.

Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam ainda que indivíduos que acreditam fortemente em seus próprios talentos tendem com frequência ao desejo de criar algo seu e definem os empreendedores como aqueles que agem diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. Nesse contexto, os autores sinalizam para uma característica que diferencia os empreendedores de outras pessoas: a forma de pensar, que pode variar quando estão realizando atividades diferentes ou quando se encontram diante da tomada de decisões, as quais são frequentes dado o ambiente em que estão inseridos cujas principais características são: a extrema insegurança, o alto risco, as intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional.

Segundo Dornelas (2007), os empreendedores de sucesso geralmente possuem experiência anterior no ramo ou em área correlata, que combinadas com a preparação técnica e profissional, em muitos casos tal experiência os auxilia no conhecimento de mercado, suas falhas e demandas e os leva a perceberem e aproveitarem melhor as oportunidades.

Para Fillion (1999), há também a diferença entre aqueles cujas características os colocam na posição de empreendedores e aqueles caracterizados como pequenos empresários ou gerentes. Segundo o autor, a distinção se dá sobretudo no desenvolvimento e na implementação do processo visionário. Enquanto estes buscam o alcance das metas e objetivos por meio dos recursos disponíveis dentro de um ambiente previsível, aqueles dedicam boa parte do seu tempo imaginando onde chegar e como querem chegar lá. Nessa distinção, o autor

conclui que os empreendedores são, de algum modo, detectores de oportunidades no mercado e criadores de contexto para o aproveitamento da oportunidade.

Além dos atributos de administrador, das características pessoais, sociológicas e ambientais que envolvem a criação de um novo negócio, Dornelas (2008) tece considerações acerca de características percebidas naqueles a quem chama de empreendedores de sucesso, a saber:

- a. Visionários: possuem visão de como será o futuro do seu negócio, de sua vida e são habilidosos na implementação de seus sonhos.
- b. Tomadores de decisão: têm segurança na tomada de decisão, sabem tomá-las corretamente, na hora certa e são rápidos na implementação de suas ações.
- c. Fazem a diferença: agregam valor aos seus produtos e serviços.
- d. Exploradores de oportunidades: são curiosos, atentos as informações e mais que isso, sabem que essas são de grande relevância para colocar em prática uma oportunidade mesmo que ela já tenha sido percebida por todos.
- e. Determinados, dedicados e dinâmicos: são comprometidos com o sucesso do negócio. Estão sempre dispostos a transpor obstáculos e apresentam aversão a rotinas.
- f. Otimistas e têm paixão pelo que fazem: destacam-se como adoradores do seu negócio. São impulsionados pela paixão pelo trabalho. Vislumbram sempre o sucesso, fruto do otimismo que alimentam. São os melhores negociadores de seus produtos e serviços.
- g. Construtores do próprio destino: não se conformam em ocuparem o papel de empregados, ao contrário, preferem ser geradores de emprego. Buscam construir o próprio futuro, almejam a independência.
- h. São prósperos: acreditam que a consequência do sucesso dos seus negócios é a riqueza, muito embora esse não seja o objetivo principal.
- i. Assumem papel de liderança: trazem para sua equipe os melhores talentos, sobretudo aqueles com as características que lhes faltam. Respeitam, valorizam, estimulam e recompensam seus funcionários.
- j. Bem relacionados: possuem a capacidade de construir bons relacionamentos com os *stakeholders*.
- k. São indivíduos organizados: alocam da melhor maneira os recursos que têm

disponíveis para alcançar os objetivos do negócio.

- l. São planejados: planejam cada detalhe desde a concepção do negócio.
- m. São sedentos por conhecimento: compreendem a importância de estarem continuamente agregando conhecimento, seja por meio de experiências de terceiros, através de cursos ou leituras sobre o segmento de atuação de seus negócios.
- n. Calculam riscos: muito embora seja muito disseminada a ideia de que empreendedores são aqueles que assumem riscos, o autor sinaliza que os empreendedores de sucesso assumem riscos, contudo sabem avaliá-los, identificando quais as suas chances de sucesso e mais que isso, domina a arte de gerenciá-los.
- o. São criadores de valor para a sociedade: seja por meio da geração de emprego, seja pelas mudanças que provocam na economia, os empreendedores de sucesso estão na busca constante de soluções com o objetivo de melhorar a vida dos indivíduos de uma sociedade.

Leite (1995) também explora o campo das características dos indivíduos empreendedores, e harmoniza com Dornelas (2008) nos pontos relacionados ao vigor pela atividade empreendedora, ao conhecimento sobre o resultado das decisões, à riqueza como consequência dos esforços despendidos no negócio e ao perfil organizado; contudo, relativiza a aceitação ao risco como função da capacidade de decisão e aponta o prestígio e o risco como motivações ao empreendedorismo.

Chiavenato (2007) limitou-se a três características: a primeira é a necessidade de realização, afirmando que, há indivíduos com pouca necessidade de realização e indivíduos com alta necessidade de realização, entre estes os empreendedores e os executivos de sucesso nas corporações e organizações. Os que pertencem a este último grupo, segundo o autor, preferem competir dentro de um certo padrão de excelência e serem pessoalmente responsáveis pelas tarefas e objetivos atribuídos a si próprios. A segunda característica faz menção à disposição para assumir riscos, tomando como base os estudos de McClelland (1961), em que foi verificado que as pessoas que apresentam alta necessidade de realização possuem moderadas propensões a assumir risco, o que para Chiavenato (2007) significa que estes indivíduos estão dispostos a se exporem a situações arriscadas até onde exercem controle pessoal sobre o resultado, o que vai contra, por exemplo, as situações de jogos onde a sorte dos jogadores ditam

os resultados. A autoconfiança é a terceira e última característica apontada por Chiavenato (2007), justificada pelo comportamento conferido aos empreendedores de serem independentes, com capacidade de enxergarem os problemas próprios de um novo negócio e sobretudo de acreditarem em suas habilidades pessoais para superar tais problemas.

Rocha *et al.* (2011, p. 398) sintetizam as ideias dos principais autores acerca das características dos empreendedores na tabela a seguir:

Quadro 2 - Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo

Autor	Características
Ângelo (2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Criatividade e inovação 2. Habilidade ao aplicar a criatividade 3. Força de vontade e fé 4. Foco na geração de valor 5. Correr riscos
Dolabela (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perseverança 2. Iniciativa 3. Criatividade 4. Protagonismo 5. Energia 6. Rebeldia de padrões 7. Capacidade de diferenciar-se 8. Comprometimento 9. Capacidade incomum de trabalho 10. Liderança 11. Orientação para o futuro 12. Imaginação 13. Proatividade 14. Tolerância a riscos moderados 15. Alta tolerância à ambiguidade e incerteza
Dornelas (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visionários 2. Sabem tomar decisões 3. Agregam valor ao que fazem 4. Exploram ao máximo as oportunidades 5. Determinados e dinâmicos 6. Dedicados 7. Otimistas 8. Independentes 9. Geram riqueza 10. Líderes e formadores de opinião 11. Bem relacionados 12. Organizados 13. Planejadores

	14. Abertos ao conhecimento 15. Assumem riscos calculados 16. Criam valor para a sociedade
Schmidt e Bohnenberger (2009)	1. Autoeficaz 2. Assume riscos calculados 3. Planejador 4. Detecta oportunidades 5. Persistente 6. Sociável 7. Inovador 8. Líder

Fonte: Adaptado de Ângelo (2003), Dolabela (2008), Dornelas (2008), Schmidt e Bohnenberger (2009) *apud* Rocha *et al.* (2011, p. 398).

Em suma, o empreendedorismo possui segundo Schneider e Branco (2012, p. 18) estreitas relações com ação e nesse contexto os autores sintetizam as principais características dos protagonistas dessas ações, ao afirmarem que empreendedores

são aqueles que realizam algo, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar negócios, para iniciar organizações. Aquele que se propõe a empreender é alguém que não fica na esfera dos sonhos e intenções; é alguém que sonha e parte para a concretização (...).

2.3 Fatores motivacionais ao empreendedorismo

A motivação está relacionada à dinâmica do comportamento das pessoas, e mantém estreitas relações com as necessidades de cada indivíduo de modo a direcionar o comportamento dos que buscam satisfazê-las. Em suma, tudo o que corrobora para a satisfação de alguma necessidade, motiva o comportamento, ou seja, provoca atitudes nos indivíduos (CHIAVENATO, 2007).

Segundo Loiola *et al.* (2016, p. 24), “embora se reconheça que a motivação atua no nível intrapsíquico, visto que é a pessoa que se move em direção a um objetivo, fatores externos e contextuais podem ativá-la”. Nesse contexto, estudiosos vêm ocupando-se em pesquisar as motivações que levam ao empreendedorismo e sobretudo os fatores externos vêm ganhando destaque.

Sesen e Pruett (2014 *apud* LOIOLA *et al.*, 2016), ao debruçarem-se sobre estudos anteriores relacionados a motivação e barreiras da carreira empreendedora, encontraram 38 obstáculos ao empreendedorismo, sendo 25 relacionados a fatores externos, tais como mercado,

escassez de recursos para investimento, de estímulos culturais e econômicos, enquanto 13 motivos estavam relacionados a fatores internos e aspectos motivacionais como, o medo de assumir responsabilidades e riscos do estresse, além da falta de conhecimento, de competências básicas de gestão e de autoconfiança.

No campo das motivações do comportamento humano, destaca-se o estudo de David McClelland que desenvolveu seu trabalho na área com foco na motivação do sucesso e consciência com a criação de sua teoria na década de 1960, que destacou as necessidades e motivações desenvolvidas pelos indivíduos por meio de sua experiência ao longo da vida (GONÇALVES JÚNIOR, 2009 *apud* FEIJÓ; LUNKES; ROSA, 2015).

De acordo com McClelland (1967), realização, afiliação/planejamento e poder compõem os três conjuntos de necessidades motivadoras atribuídas aos indivíduos empreendedores. Estas são aprendidas e adquiridas ao longo da vida a partir do resultado das experiências de cada indivíduo, sob influência cultural de uma sociedade, e à medida que as necessidades são alcançadas, o comportamento recompensado é com maior frequência repetido. Ainda segundo McClelland (1967), a necessidade de realização relaciona-se com a excelência, o que leva aos indivíduos a lutarem pelo sucesso, e seu controle é exercido por diversas forças, a saber: a busca pela aprovação social, por status, por conhecimentos e por habilidades. Já as necessidades de afiliação, consistem no desejo de ser amado, aceito por terceiros e é percebida por meio desejo de manter-se próximo, de compartilhar alegrias, construir amizades, manter um bom relacionamento interpessoal. McClelland (1967) também comenta acerca da necessidade de poder, que está atrelada ao desejo de exercer influência, controle sobre disposições e comportamentos de outras pessoas, seja por meio da dominação, o que é classificado como poder institucional, ou por meio do carisma, classificado como poder pessoal. Em suma, esse tipo de motivação tem como objetivo sentir-se responsável por fazer os outros se comportarem do modo como desejam.

Rego e Leite (2003) corroboram com os estudos de McClelland (1967) ao comentarem sobre os três grupos de necessidades motivadoras elencadas por este. Na perspectiva da necessidade de realização, Rego e Leite (2003) afirmam que indivíduos motivados para o sucesso, possuem tendência a serem bem-sucedidos enquanto empreendedores, concordam com McClelland (1967) que há uma orientação para a excelência e acrescentam que há uma tendência por riscos moderados e busca por feedback a fim de aumentarem seu desempenho. Nos aspectos elencados por McClelland (1967) relativos à

necessidade de poder, Rego e Leite (2003) acrescentam que uma motivação elevada para esta necessidade é relacionada a atividades competitivas, bem como ao interesse pelo alcance e pela manutenção de prestígio e reputação. E por fim, sobre a necessidade de afiliação, Rego e Leite (2003) afirmam que esta motivação provoca nos indivíduos atitudes amigáveis e cooperativas, muito embora estes possam agir também de modo defensivo quando expostos a situações que consideram ameaçadoras.

Em um contexto mais recente, tem-se explorado as motivações ao empreendedorismo influenciadas sobretudo pelos fatores econômicos, o que poderia representar uma diferença também em termos de perfil ou de desempenho entre os empreendedores. A este respeito, Vale, Corrêa e Reis (2014, p. 315) destacam que:

No mundo corrente, caracterizado por um tipo de desemprego estrutural, observa-se, de maneira crescente, a presença, também marcante, de um tipo de empreendedor movido, não necessariamente pela oportunidade, e, sim, pela necessidade de sobrevivência. Indivíduos muitas vezes sem condições de se inserir, de maneira adequada, no mercado formal de trabalho, dirigem-se para a atividade empreendedora. (...) Como salientado pelo GEM (Reynolds *et al.*, 2002, p. 20), tais indivíduos seriam, em oposição àqueles movidos por oportunidades, de “certa maneira, forçados a iniciar seus próprios negócios porque inexistem quaisquer outras opções de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias”. De um lado, situar-se-ia o indivíduo motivado por oportunidade e, no outro, aquele movido por pressão do desemprego, por exemplo.

Entretanto, Dolabela (1999) sinaliza para as altas taxas de fracasso no empreendedorismo por necessidade, justificando a falta de identificação do empreendedor com o negócio, falta de experiência e de conhecimentos necessários ao gerenciamento do negócio. Ante o exposto, Dolabela (1999) comunga das mesmas ideias de Fillion (1999) ao defender o empreendedorismo de oportunidade face o empreendedorismo por necessidade considerando que esta prática empreendedora se dá não porque o empreendedor identificou uma ideia na qual vale a pena se trabalhar, mas porque precisa de meios para sobreviver e vislumbra na abertura de negócios uma opção para aferir renda e suprir suas necessidades.

2.4 O empreendedorismo na juventude

Quando o assunto é empreendedorismo, muito embora não haja consenso acerca de determinados pontos tais como a definição e o conceito de empreendedorismo, as características

exatas de um empreendedor, é preciso reconhecer que a literatura que versa sobre o assunto é vasta. Todavia, as abordagens geralmente consideram todo o universo do empreendedorismo enquanto alguns nichos dentro do tema ainda são pouco abordados academicamente. Um deles é o empreendedorismo jovem. Por outro lado, percebe-se um interesse, sobretudo de institutos de pesquisa em tentar explicar de forma quantitativa esse fenômeno.

Para ilustrar este estudo, faz-se importante explorar os dados apresentados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) que aponta que em 2017 quase 70,9 milhões de jovens estavam desempregados no mundo, levando a taxa de desemprego juvenil a 13,1% no referido ano. No Brasil, os dados não mostram um cenário diferente. A OIT, com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indica que 23% da população brasileira de 2017 era formada por jovens e destes somente 52,5% estavam ocupados, sendo que o terço de população auferia renda de até um salário mínimo. O relatório mostrou ainda que mulheres, negros e pardos eram os mais afetados pelo desemprego no país.

Os dados acima corroboram no entendimento da dificuldade de ingresso dos jovens no mercado de trabalho. Dolabela (1999), ao discorrer sobre a inserção dos jovens em atividades empreendedoras afirmar ser esse o caminho que estes encontraram para driblar o modelo social que preparou apenas para conquistar grandes empregos. Acerca do tema, o autor já apontava para o crescimento do desemprego como consequência do inchaço da oferta de mão-de-obra e que os pequenos negócios seriam necessários para a absorção dessa mão-de-obra. A esse respeito, Dolabela (1999, p. 33) comenta

Em uma economia movida pelas grandes empresas e pelo Estado, nada mais natural do que formar desempregados. Esse modelo, dirigido à criação de empregados para as grandes empresas, cumpriu sua missão. Esgotou-se, porém, diante das profundas alterações nas relações de trabalho e na produção.

Contudo, ao analisar os dados que comparam a introdução dos jovens brasileiros no mercado de trabalho por meio da atividade empreendedora com os jovens de países desenvolvidos, Bulgacov *et al.* (2011, p. 704) conclui que tal diferença apresenta-se como um arcabouço na “compreensão dos fatores que levam os jovens brasileiros a encontrarem no empreendedorismo uma alternativa de emprego e renda, embora com fortes nuances de trabalho precário”. Oposto ao que ocorre na maioria dos países da América Latina, ainda segundo os autores, os países cujo nível renda e o padrão tecnológico são elevados e a estrutura de produção

é estável as diretrizes políticas são orientadas para o aumento do tempo de formação e o retardo dos jovens no mercado de trabalho.

Também acerca da entrada de jovens no mercado de trabalho, Soares e Machado (2005) afirmam que tal comportamento tem-se apresentado como um grande desafio e nesse contexto, o empreendedorismo se configura como uma nova dimensão com capacidade para absorver a mão de obra jovem. Entretanto, o caminho na atividade empreendedora não se mostra simples. Minola e Criouco (2011 *apud* CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA 2012) sinalizam para os obstáculos aos quais tais empreendedores deverão transpor, elencando a falta de conhecimentos técnicos necessários, a falta de capacidade gerencial, além das dificuldades de financiamento para darem os primeiros passos do negócio. Os autores ainda atribuem estas dificuldades como resultado de baixa exposição precoce à educação empreendedora. Machado e Gimenez (2000) apontam para a tendência desses jovens empreendedores em buscar entre outros empreendedores modelos que sirvam como referência e identificação.

Bulgacov *et al.* (2011, p. 713) discorrem acerca da orientação para o comportamento empreendedor e o relacionam ao contexto no qual estão inseridos parcela significativa dos jovens brasileiros definindo tal comportamento como “aquele motivado por necessidade de sobrevivência, sem possibilidade de escolha e condicionado por condições de pobreza, limitantes das possibilidades de um vir a ser digno e humano”. Diante dessa discussão, os autores classificam os jovens empreendedores em duas categorias: o jovem empreendedor por necessidade e o jovem empreendedor por oportunidade. Sobre aquele os autores afirmam ser do tipo que

(...) busca no empreender o atendimento das necessidades de geração de renda encontra, frequentemente, uma forte barreira determinada pelo nível de educação e pela falta de experiência em planejamento de negócios. Ele tende a reproduzir o círculo vicioso que resulta na transmissão intergerações da pobreza; em lugar de se constituírem num mecanismo que supere os problemas dos lares de origem, se reproduzem essas mesmas situações. Ou seja, a vulnerabilidade ao fracasso desses jovens pobres diante do mercado de trabalho é maior para aqueles que provêm de lares mais pobres do que para os de maiores rendas. De igual forma, esses jovens tendem a se concentrar na informalidade e em postos sem proteção social, em comparação com aqueles provenientes de lares com maiores rendas (BULGACOV *et al.*, 2011, p. 713).

Por outro lado, o jovem empreendedor por oportunidade é caracterizado por Bulgacov *et al.* (2011, p. 713) como o indivíduo que:

(...) embora tenha uma condição socioeconômica e educacional melhor (cursou ou já terminou o curso superior), a falta de experiências e de recursos leva a um alto percentual de fracassos que emergem nos primeiros meses de operação.

Um fato relevante a ser destacado quanto ao empreendedorismo motivado pela necessidade, sobretudo pela inexperiência fruto da pouca idade com que os jovens empreendedores surgem para o mercado e enfatizado por Dolabela (1999) é a limitada ou por vezes a ausência total de preparação para o enfrentamento da realidade do mundo dos negócios, com todas as suas variáveis, que tornam esses sujeitos mais vulneráveis as armadilhas empresariais.

Diante deste cenário, onde tantos jovens têm buscando na atividade empreendedora o meio de adentrar ao mercado de trabalho, elevando consideravelmente as taxas de jovens empreendedores, Zouian, Oliveira e Barone (2007 *apud* CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA 2012) acenam para a importância de se traçarem ações específicas para este grupo bem como de desenvolvimento de políticas públicas. Bulgacov *et al.* (2011) vão além e afirmam ser necessário diferenciar tais políticas a depender do perfil do jovem empreendedor, se este é empreendedor por oportunidade ou por necessidade. Llisterri *et al.* (2006) já sinalizavam para essa diferenciação quanto a abordagem das políticas e programas de fomento ao empreendedorismo, sugerindo programas de motivação, de treinamento e, em alguns casos, de assistência técnica e de microcréditos para os jovens empreendedores por necessidade, enquanto para o grupo de jovens empreendedores por oportunidade, treinamentos de alto nível, tutoria, redes de relacionamento, incubadora e mecanismos de busca de capital configuram-se para os autores como metodologias mais adequada ao incentivo da prática empreendedora.

3 METODOLOGIA

Esta seção apresenta os aspectos metodológicos seguidos para a conclusão desta pesquisa, a saber: as definições e a classificação desta quanto à sua abordagem e quanto aos objetivos, a descrição do ambiente de coleta de amostra, justificativa da cidade escolhida como objeto deste estudo, breves considerações acerca da amostra estudada e o detalhamento de como se deu tal coleta.

3.1. Classificação da Pesquisa

Gil (2008, p. 26) define pesquisa como um processo formal e sistemático do método científico, cujo objetivo fundamental é “descobrir respostas para os problemas mediante o emprego de procedimentos científicos” e esta é constituída em um processo de várias fases, que vão desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados.

Quanto a abordagem, a presente pesquisa classifica-se como qualitativa. Goldenberg (1997, *apud* GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 31) afirma que a pesquisa qualitativa não está preocupada com a representatividade numérica, do contrário, preocupa-se com o aprofundamento da compreensão de uma organização, ou um grupo social. O autor acrescenta que, pesquisadores que adotam esta abordagem opõem-se a ideia que defende um único modelo de pesquisa para todas as ciências.

Gerhardt e Silveira (2009, p. 32) complementam a ideia de Goldenberg ao afirmarem que

os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (susitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens.

Quanto ao objetivo, esta pesquisa classifica-se como descritiva uma vez que possui como uma das características a técnica padronizada para a obtenção de dados, realizada sobretudo por meio de aplicação de questionários e da observação sistemática. A observação dos fatos, o registro, a análise, classificação e interpretação sem a interferência do pesquisador são partes que constituem o processo desse tipo de pesquisa (ANDRADE, 2010).

3.2 Ambiente Estudado

A pesquisa deu-se na cidade de Paramoti-Ce, localizada a aproximadamente 104 km da capital cearense, Fortaleza, ocupando uma área total de 482,592 km² e pertencente a microrregião de Canindé, segundo dados da Prefeitura Municipal.

Dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que, em 2010, a população da cidade de Paramoti era de aproximadamente 11.308 habitantes, com população estimada para o ano de 2019, segundo a mesma fonte, de 12.226 habitantes, ocupando a 2.713^a posição na lista de municípios do Brasil, a 155^a posição no estado do Ceará e o 4^o lugar dentro da microrregião de Canindé, considerando o critério de habitantes.

Ainda segundo o IBGE, em 2017, o salário médio mensal do município era de 1.7 salários mínimos, ocupando a 47^a posição dentro do estado, e a proporção de pessoas ocupadas em relação ao total da população era de 7,7%, totalizando 887 munícipes, o que torna Paramoti a 99^a cidade no *ranking* estadual. Um dado relevante acerca dos rendimentos familiares no município é que 56,1% da população possui renda mensal de até 1,5 salário mínimo.

A escolha da referida cidade como objeto de estudo dessa pesquisa se deu a partir da identificação de que Paramoti-Ce figura, segundo o levantamento do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) de 2016, como um dos municípios cearenses com o menor índice de Desenvolvimento Municipal (IDM). O referido levantamento considera o indicador demográfico e econômico, cujo objetivo é estudar as condições de desenvolvimento econômico dos municípios cearenses e que mede a densidade demográfica, taxa de urbanização, produto interno bruto per capita, trabalhadores do emprego formal com rendimento superior a dois salários mínimos, receita orçamentária per capita, consumo de energia elétrica da indústria e do comércio e Produto Interno Bruto do setor industrial. Nesse *ranking*, o município ocupou a 159^a posição do total de 184 municípios. Ademais, tem-se observado a inserção de jovens na prática do empreendedorismo, sobretudo no sentido de abrirem novos negócios dentro da cidade (IPECE, 2019).

Conforme apresentado no referencial teórico e afirmado por Schumpeter (1982), o empreendedorismo se configura como o estímulo para o desenvolvimento uma vez que se constitui como uma alternativa para o crescimento econômico. Muito embora esta pesquisa não se preocupe com os fatores relativos ao desenvolvimento econômico do município em estudo, entender o perfil, as motivações daqueles com capacidade para produzir um novo cenário de

desenvolvimento para a cidade não se faz menos urgente e pelo exposto se deu a escolha da referida cidade.

3.3 Participantes da Pesquisa

Dado o alto índice de informalidade no município, não é possível afirmar quantos empreendedores há na cidade e, portanto, qual a proporção do total foi alcançada com a amostra para esta pesquisa. Foram obtidos 08 questionários devidamente preenchidos e dentro dos critérios pré-definidos para a análise do pesquisador. A mediação entre o pesquisador e os pesquisados foi feita através de um dos empreendedores que por meio de uma feira de empreendedorismo realizada mensalmente na praça da igreja matriz de Paramoti-Ce mobiliza outros empreendedores para comercialização e difusão das práticas por estes desenvolvidas na cidade.

Os questionários foram aplicados entre os dias 23 de setembro e 07 de outubro de 2019, com empreendedores da cidade de Paramoti-Ce na faixa etária de 15 a 29 anos, considerados jovens de acordo com a classificação da Lei Nº 12.852, de 05 de agosto de 2013 que instituiu o estatuto da juventude, bem como dispôs sobre os direitos dos jovens, princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE (Brasil, 2019).

Importante salientar que o questionário foi respondido nominalmente, contudo, será mantido o sigilo quanto a identidade dos respondentes. Para tanto, o pesquisador lançará mão de códigos de identificação previamente atribuídos aos respondentes na análise e apresentação dos dados.

3.4 Coleta de dados

A coleta de dados foi feita por meio de ferramenta de questionário, definido por Severino (2007, p. 125) como o “conjunto de questões sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados”. A aplicação se deu de modo *online*, por meio do *Google Forms*, um aplicativo de administração de pesquisas, através de um questionário com 20 perguntas abertas, distribuídas de modo a direcionar para o alcance dos objetivos desta pesquisa e apresentadas no quadro 3.

Quadro 3 – Questionário aplicado aos pesquisados

Perfil do Empreendedor
1) Qual o seu nome? 2) Qual sua idade? 3) Como você se identifica em relação a sua sexualidade? 4) Qual a sua escolaridade? 5) Quais as suas principais características? 6) Antes de iniciar seu empreendimento, você já teve outras experiências de trabalho? Outros empreendimentos?
Sobre a atividade empreendedora e o empreendimento
7) Qual o seu empreendimento? 8) Qual o segmento de atuação do seu empreendimento? 9) Seu empreendimento possui funcionários? Se sim, quantos? 10) Como você descreve a sua forma de liderar sua equipe? Está satisfeito com os membros dela? Eles estão performando de modo que o empreendimento alcance seus objetivos? 11) Você possui sócios no seu empreendimento? Se sim, quantos? 12) Quantas horas por dia, em média, você se dedica ao seu empreendimento?
Motivações para empreender
13) Além de você, mais alguém na sua família se dedica a atividade empreendedora? 14) Que fatores o motivaram/influenciaram a se tornar um empreendedor? 15) Você planejou durante quanto tempo até abrir oficialmente seu empreendimento? 16) Houve algum evento específico responsável pela abertura do empreendimento? 17) Como você percebeu a oportunidade para abrir seu empreendimento? 18) O governo municipal oferece algum tipo de incentivo a atividade empreendedora?
Futuro do Empreendimento/Empreendedor
19) Você está disposto a assumir mais riscos para ampliar seu empreendimento? 20) Como você vê seu empreendimento daqui a 10 anos? E como você se vê daqui a 10 anos?

Fonte: elaborado pela autora.

Da primeira a sexta pergunta, o foco estava no perfil geral dos pesquisados, a saber: sexo, idade, escolaridade características pessoais e experiências de trabalho ligadas ou não à atividade empreendedora. Da sétima a décima segunda, as perguntas foram direcionadas para a atividade empreendedora desenvolvida pelos participantes e o empreendimento em si, como, o segmento de atuação do empreendimento, quantidade de funcionários, modelo de gestão,

participação de mais de um indivíduo no negócio e o tempo de dedicação despendido com atividades ligadas ao empreendimento. Da décima terceira a décima oitava, versavam sobre as motivações ao empreendedorismo a fim de entender o que levou estes indivíduos a buscarem na atividade empreendedora o seu sustento, por meio de perguntas relativas a prática de atividades ligadas ao empreendedorismo por outros membros da família, quais os fatores que o motivaram a iniciar a atividade empreendedora, se houve algum evento específico que representou um gatilho para a abertura do negócio, como foi percebida a oportunidade para abrir mais um negócio na cidade e se há incentivos por parte do poder público local. Por fim, a décima nona e a vigésima sobre o futuro do empreendimento, questionando se os pesquisados estavam dispostos a assumirem mais riscos para o crescimento do empreendimento, como se vêm e como vêm o seu empreendimento daqui a 10 anos.

4 RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa de campo, realizada no período de 23 de setembro a 07 de outubro de 2019, com 08 jovens empreendedores da cidade de Paramoti-Ce.

4.1 Perfil dos Empreendedores

A partir dos dados obtidos através da aplicação do questionário, conforme resumo apresentado no quadro 4, acerca do perfil dos empreendedores de Paramoti-Ce, as mulheres destacam-se como a maioria na busca pela atividade empreendedora. Já referente ao nível de escolaridade dos respondentes, somente 02 informaram ter concluído o ensino superior, enquanto a maioria possui somente o ensino médio. Tal nível de escolaridade justifica-se pela situação educacional na qual a cidade está inserida. No município, existe somente uma escola que oferece serviço de educação de nível médio, segundo a Secretaria de Educação do Ceará (SEDUC) e a cidade não possui instituição que ofereça o ensino superior, exceto pelos institutos que se deslocam até o município e ofertam cursos, em sua maioria nas áreas de licenciatura. Os dois empreendedores que informaram possuir ensino superior completo, foram formados pelo Instituto Federal de Educação do Ceará (IFCE) no *Campus* de Canindé, cidade situada a aproximadamente 44 km de Paramoti em cursos na área de gestão.

Quadro 4 – Perfil dos Respondentes

Identificador	Idade	Sexo	Escolaridade
A	25	Feminino	Ensino Médio
B	22	Masculino	Ensino Superior Incompleto
C	29	Masculino	Ensino Médio
D	25	Feminino	Ensino Médio
E	15	Feminino	Ensino Fundamental
F	29	Masculino	Ensino Médio
G	24	Feminino	Ensino Superior Completo
H	26	Feminino	Ensino Superior Completo

Fonte: elaborado pela autora.

Questionados sobre suas principais características, criatividade, persistência, determinação e paixão pelo que faz foram as características mais pontuadas, sendo citadas ao menos duas vezes cada, conforme detalhado no quadro 5.

Quadro 5 – Características dos Participantes

Identificador	Características Destacadas pelos Participantes
A	Verdadeira, esforçada, batalhadora, amiga e apaixonada pelo que faz.
B	Criativo.
C	Atencioso, criativo e determinado a buscar novidades.
D	Persistente.
E	Persistente.
F	Apaixonado pelo que faz e determinado.
G	Determinada, criativa, segura e eficiente.
H	Comunicativa, persuasiva e honesta.

Fonte: elaborado pela autora.

Acerca da criatividade dos empreendedores, Degen (1989) a associa ao seu comportamento inovador e sinaliza que tal característica pode ser adquirida por meio da observação de negócios ou ainda por meio da associação de ideias e experiências de sucessos ou de fracassos, afirmando que negócios fracassados e empreendimentos de sucesso diferenciam-se pela criatividade do empreendedor que gera diferenciação em relação aos concorrentes com fins a atração de consumidores. Leite (2002) corrobora com as ideias de Degen e ao analisar as características dos empreendedores de sucesso acrescenta que aqueles dotados de pensamento criativo estão na busca constante de formas mais eficientes e eficazes de realizar as coisas além de comportarem-se de modo avesso aos tradicionais modos de atuação, posto que consideram um entrave no surgimento de novas soluções, que por sua vez pertence ao rol de exigências do mercado. Britto e Wever (2003) também unificam criatividade e inovação como sendo as características que permitem aos empreendedores identificar oportunidades, sejam elas grandes ou pequenas, onde outras pessoas não identificam.

No tocante a persistência, pouco a literatura aprofunda essa característica dos empreendedores e limita-se a incluí-la, assim como a persuasão que também fora citada por um dos pesquisados e a autoconfiança, no rol de características relacionadas ao comportamento (MCCLELLAND, 1987). Schimidt e Bohnenberger (2009) vão adiante e definem a persistência como capacidade de se trabalhar de forma mais intensiva inclusive submetendo-se a privações sociais em nome de um projeto cujo sucesso ainda é incerto.

Além já características já apresentadas, foram citadas também eficiência, capacidade de comunicação, de estabelecimento de relacionamentos e a predisposição em buscar conhecimentos e novidades que agreguem à entrega do produto ao cliente final.

Acerca das experiências de trabalhos anteriores à abertura do empreendimento, 03 dos respondentes afirmaram não ter tido qualquer experiência de trabalho antes da abertura do

empreendimento, 03 já tiveram experiências profissionais, contudo não foram no segmento do atual negócio e somente 02 respondentes abriram o próprio negócio com um conhecimento prévio obtido em experiências de trabalho anteriores. Dornelas (2007) menciona a experiência anterior no ramo ou atividade correlata como uma das particularidades presentes entre os empreendedores de sucesso concluindo que, além da preparação técnica profissional, geralmente a experiência presta suporte ao empreendedor nas variáveis relativas ao conhecimento de mercado, bem como suas falhas, e demandas auxiliando no aproveitamento das oportunidades.

4.2 Atividades empreendedoras

Sobre as atividades desenvolvidas pelos empreendedores, em sua totalidade são com fins lucrativos e não há concorrência direta entre os mesmos dada a atuação em segmentos diferentes. Considerando os números relativos à economia da cidade de Paramoti-CE apresentados na seção 3.2 deste trabalho, todos os negócios são tocados diretamente pelos próprios empreendedores e somente 02 deles possuem funcionários ou estagiários.

A atividade desenvolvida pela empreendedora A é em uma boutique, com a venda de roupas, acessórios e cosméticos para os públicos adulto, masculino e feminino. O negócio teve início em 2016 e surgiu ao perceber a demanda por roupas de qualidade e preço acessível na cidade, o que fazia muitos habitantes de Paramoti-Ce deslocarem-se para Canindé ou mesmo para a capital, Fortaleza. Embora o negócio não seja o único do segmento na cidade, a empreendedora destaca que as demais lojas se dedicam exclusivamente a vendas presenciais, enquanto ela possui contas ativas nas redes sociais, sobretudo no *Instagram*, para divulgação das novas coleções e novidades. Atua sozinha no negócio, sem dispor de funcionários nem a participação de sócios, e dedica-se, em média, 10 horas por dia à atividade empreendedora. O negócio foi planejado, segundo a empreendedora por pelo menos 02 anos antes da abertura oficial da boutique.

O empreendedor B atua no segmento de comunicação visual por meio de uma *web* negócio de artes gráficas, aberto oficialmente há cerca de 06 meses. Não possui funcionários, nem sócios e dedica-se em média 08 horas por dia ao seu empreendimento e tem como principal público os clubes de futebol e supermercados locais. A oportunidade foi percebida, segundo o empreendedor, dado o aumento nas demandas pelos serviços relacionados a comunicação visual,

mesmo diante do contexto econômico de recessão e ao identificar uma demanda ainda não atendida nesta área. O empreendedor pontuou como evento-gatilho para as primeiras ideias a respeito do negócio um campeonato de futebol amador realizado pela prefeitura local. A partir de então, a ideia foi gestada por pelo menos 06 meses antes do lançamento oficial.

Sobre montar um negócio em Paramoti-Ce, o empreendedor comenta que

“Em quaisquer condições, seja individualmente ou no coletivo, com criatividade e possuindo ferramentas básicas é possível empreender, Paramoti é uma cidade economicamente dependente do Serviço Público e essencialmente rural, em condições de redução do número de empregos formais e êxodo da população para locais economicamente mais ativos, e ainda assim é possível estabelecer um empreendimento, manter-se economicamente, ofertar um serviço de qualidade para a cidade, a região e demais espaços geográficos, bem como investir e atrair recursos para o desenvolvimento da economia local.” (Empreendedor B).

O negócio que move o espírito do empreendedor C é um estúdio de mídias digitais, voltado principalmente para a área fotográfica. Atualmente, o empreendedor em questão dedica-se, em média, 13 horas a atividade empreendedora diariamente e possui 02 estagiários no negócio. O estúdio foi aberto em 2016, porém o planejamento ocorreu por pelos menos 03 anos. Indagado sobre como detectou a oportunidade, o empreendedor comenta que

“No momento que me toquei que as pessoas mais próximas sempre procuravam os trabalhos de mídias e fotografias em outras cidades, e isso sempre era um problema para eles, então vi que seria uma boa oportunidade de criar um empreendimento na área que eu gostava e ao mesmo tempo ganhar uma grana extra.” (Empreendedor C).

A empreendedora D atua no segmento de moda através da confecção artesanal de arte em pérolas (pulseiras, colares). O conhecimento para as primeiras produções foi através do *Youtube* e não houve um planejamento prévio para a oficialização do negócio. À medida que foram feitas as primeiras produções, foi percebido o potencial para a comercialização na cidade. Atualmente dedica-se em média 11 horas por dia à atividade empreendedora, e assim como muitos empreendedores locais, não possui outras pessoas no negócio.

Com uma loja virtual de joias, a empreendedora E é a mais jovem dentro da amostra colhida. O planejamento para a abertura do negócio deu-se pelo período de 03 meses, e, segundo a empreendedora, não houve exatamente a identificação da oportunidade para a abertura do

empreendimento. Dado o tempo livre que dispunha, a mesma buscou por alguma atividade na qual pudesse dedicar seu tempo livre e, em meio as pesquisas, interessou-se pela comercialização de joias pela internet, atividade com a qual dedica, atualmente, em média 18 horas diárias.

Trabalhando em uma loja de varejo e serviços eletrônicos, o empreendedor F vislumbrou a oportunidade de montar um negócio próprio dentro deste segmento ao perceber as falhas que ocorriam na empresa onde trabalhava e que causava a insatisfação dos clientes, além do baixo potencial para o atendimento da demanda da cidade para a compra e concertos de eletrônicos. Diante do exposto, o empreendedor planejou a abertura do negócio por pelo menos 07 meses, período em que adquiria conhecimento teórico em cursos da área e prático na empresa para a qual prestava serviços. Atualmente, dedica-se em média 12 horas por dia às atividades ligadas ao empreendimento e vislumbra para o futuro a estabilidade e lucratividade do negócio.

A empreendedora G desenvolve suas atividades em uma estamperia com a comercialização de brindes personalizados. Criada em uma família de empreendedores, (dos 05 irmãos, 04 desenvolvem atividades dentro da área do empreendedorismo), a empreendedora afirma que percebeu a oportunidade de abrir seu negócio neste segmento ao perceber uma falha com o seu atual concorrente, expostas sobretudo pela falta de comprometimento com os prazos e a qualidade da entrega. Associado a isso, estava o sonho de ser empreendedora.

“Desde criança sempre pensei em ser uma executiva de sucesso, tinha várias profissões na minha mente, amava todas, mas queria ter meu próprio negócio. Então desde os 8 comecei a vender dindin pedia pra minha mãe fazer e saia vendendo. Depois comecei a bordar junto com ela. Minha maior felicidade era comprar o que eu precisava e emprestar dinheiro aos meus pais(risos).” (Empreendedora G).

Sobre o planejamento do negócio, a empreendedora afirma que o planejou por 06 meses a partir de um evento que representou um gatilho para a abertura oficial, a saber:

“Eu decidi abrir minha estamperia quando estava no 3º ano do ensino médio. Nossa turma fez um pedido de blusas para um evento da escola e quando chegaram não condiziam com o que queríamos, então pensei: por que eu não poderia fazer minhas próprias camisetas e ainda por sinal vender? Foi aí onde tudo começou!” (Empreendedora G).

O negócio foi aberto em 2012 e a empreendedora espera nos próximos anos aumentar sua equipe e consequentemente gerar empregos a várias famílias, além de melhorar o maquinário para o alcance das metas do negócio.

Em 2016 a empreendedora venceu o Prêmio Citi Jovens Microempreendedores, na categoria Jovem Microempreendedor Atual. O prêmio é um patrocínio da Citi Foundation e apoio do Citi. Em 2017, a mesma escreveu juntamente com os outros 19 vencedores do prêmio o livro Histórias que inspiram o mundo, lançado pela editora Escrita no mesmo ano (ALIANÇA EMPREENDEDORA, 2019).

O empreendimento aberto pela empreendedora H é uma lanchonete, a primeira da cidade a oferecer o serviço de *delivery*. Sua abertura se deu por um conjunto de fatores, a saber: a necessidade de aferir renda, disponibilidade de tempo livre, escassez de possibilidades de empregabilidade no município, além da posse do maquinário necessário para a abertura da lanchonete. O empreendimento foi pensado pelo período de 01 a 02 meses e logo foram feitas as primeiras entregas. Atualmente, o negócio conta com 02 funcionários e a empreendedora possui 01 sócio. A empreendedora afirma dedicar-se em média 08 horas diárias as atividades do negócio.

O quadro 6 apresenta um resumo dos empreendimentos administrados pelos pesquisados, o segmento de atuação e suas características principais.

Quadro 6 – Amostra de Empreendimentos em Paramoti-Ce

Identificador	Tipo de Empreendimento	Segmento	Tipo de Loja	Características
A	Boutique	Varejo – Roupas e Acessórios	Física e virtual	Loja de roupas e acessórios masculinos e femininos, além de itens de cosmética e estética. Empreendimento de pequeno porte. Não possui sócios e/ou funcionários.
B	Negócio Virtual de Artes Gráficas	Comunicação Visual	Virtual	Atua com a produção de banners, posters e administração de redes sociais, com enfoque em pequenos clubes de futebol amador, eventos desportivos e talentos do futebol amador. Empreendimento de pequeno porte. O empreendedor atua sozinho, sem a participação de sócios e/ou funcionários.
C	Estúdio de Mídias Digitais	Comunicação Visual	Física e virtual	Estúdio de mídias digitais, com a produção de banners, desenhos realísticos, fotografias, revelação fotográfica, produção de vídeos. Empreendimento de pequeno porte. O

				espaço onde estão instalados os equipamentos do estúdio é do próprio empreendedor.
D	Loja virtual de Arte em Pérolas	Varejo – Acessórios	Virtual	Loja virtual de bijuterias produzidas com pérolas. Compõem o mix de produtos oferecidos, pulseiras, colares, além de personalização de chinelos, laços.
E	Loja virtual de Joias	Varejo – Acessórios	Virtual	A loja virtual de comercialização de joias é administrada somente pela empreendedora que utiliza de mídias sociais, <i>Instagram</i> e <i>Facebook</i> para divulgação dos produtos.
F	Loja de venda e conserto de eletrônicos	Varejo – Eletrônicos	Física	Loja de venda de eletrônicos, tais como celulares, pen drives, head set, fones de ouvido, além de acessórios para celulares e serviço de conserto de eletrônicos em geral, aplicação de películas, restauração de aparelhos celulares. Empreendimento de pequeno porte, localizado em via movimentada da cidade. Não possui sócios e/ou funcionários.
G	Artigos Personalizados	Artigos	Física e virtual	Loja física e virtual de artigos personalizados, a saber: copos, canecas, garrafas, camisas, agendas, porcelanas. A loja física está sendo transferida para a cidade de Fortaleza como parte da estratégia de crescimento da empreendedora.
H	Lanchonete	Alimentação	Física	Primeira lanchonete da cidade a oferecer o serviço de delivery. Como não existem aplicativos de delivery com cobertura na cidade, os pedidos são feitos presencialmente, por telefone, através das redes sociais do empreendimento (<i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> e <i>Whatsapp</i>). É caracterizado como um empreendimento de pequeno porte, localizado a poucos metros de um dos principais pontos de encontro da cidade, a praça municipal. É um dos empreendimentos que possui funcionários. Oferece no mix de produtos, sanduiches, pizzas, salgados, sucos, vitaminas.

Fonte: elaborado pela autora.

Importante considerar que os negócios aqui expostos não configuram-se como concorrentes diretos, contudo todos eles possuem concorrência direta no negócio local o que permite concluir que a oportunidade a qual se referem estes empreendedores não está relacionada a inovação por meio de um novo negócio mas si na busca pela diferenciação do produto ou serviço por meio da qualidade, da eficiência e do atendimento ao cliente.

4.3 Fatores motivacionais ao empreendedorismo

O quadro 7 traz os principais motivos elencados pelos pesquisados como decisivos para a abertura do próprio negócio, bem como para a inserção na carreira empreendedora. Conforme abordado no referencial teórico desta pesquisa, fatores ligados a oportunidade e necessidade vêm destacando-se como os principais fatores motivacionais dado o contexto de crise econômica e desemprego global.

Ainda a partir do quadro 07, depreende-se que 05 dos pesquisados possuíam conhecimento prévio sobre o negócio no qual pretendiam atuar como empreendedores, seja por meio de experiências profissionais anteriores, ou pela paixão que nutriam pela área e que os fazia procurar conhecimentos na área. Dolabela (1999) já mencionava que a ausência de determinadas características, que inclusive foram citadas pelos pesquisados, a saber, a falta de experiência, de conhecimento gerencial ou mesmo a falta de identificação com o negócio compõem o conjunto de fatores que podem levar os empreendimentos ao fracasso sobretudo aqueles abertos por necessidade.

Entretanto, fora unanimidade entre os pesquisados as motivações relacionadas a necessidade. Tal motivação já fora objeto explorado no referencial teórico desta pesquisa, contudo a literatura acerca desse tema não se esgota posto que tal assunto se encontra no centro das discussões sobre o empreendedorismo, sobretudo no empreendedorismo jovem. Uma das concordâncias entre vários estudiosos do empreendedorismo é que um aspecto fundamental do empreendedorismo envolve a identificação de oportunidades” (ALDRICH E CLIFF, 2003, p. 572).

Quadro 7 – Motivações ao empreendedorismo em Paramoti-Ce

Identificador	Motivações	Autores
A	Experiência com vendas e busca de renda (Conhecimento do negócio e necessidade).	Leite (1995); Dolabela (1999); Dornelas (2007).
B	Crescimento da demanda e busca de renda (Oportunidade e necessidade)	Dolabela (1999); Fillion (1999); Aldrich e Cliff (2003); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).
C	Conhecimento, gosto pela área e busca de renda (Conhecimento do negócio e necessidade).	Leite (1995); Aldrich e Cliff (2003); Aldrich e Cliff (2003); Dornelas (2007); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).

D	Conhecimento e gosto pela área e busca de renda (Conhecimento do negócio e necessidade).	Leite (1995); Aldrich e Cliff (2003); Dornelas (2007); Aldrich e Cliff (2003); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).
E	Conhecimento, gosto pela área e busca de renda (Conhecimento do negócio e necessidade).	Leite (1995); Aldrich e Cliff (2003); Dornelas (2007); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).
F	Gosto pela área e busca de renda (Conhecimento do negócio e necessidade).	Leite (1995); Aldrich e Cliff (2003); Dornelas (2007); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).
G	Sonho em ter o próprio negócio e busca de renda (Necessidade).	Aldrich e Cliff (2003); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).
H	Busca de renda (Necessidade).	Aldrich e Cliff (2003); Bulgacov <i>et al</i> (2011); Vale, Corrêa e Reis (2014).

Fonte: elaborado pela autora.

A fim de entender qual a participação do poder público municipal que poderia justificar a abertura de tantos pequenos negócios em Paramoti-Ce, os pesquisados foram questionados se tal governo oferece algum tipo de incentivo as atividades empreendedoras. Entre os empreendedores, somente 01 afirmou receber incentivos e 01 informou já ter em algum momento trabalhado em parceria com a prefeitura do município, contudo esta parceria não caracterizou um incentivo a abertura do negócio.

“Já aconteceu em 2015, antes que eu começasse meu negócio oficialmente, criei um projeto na cidade para jovens e adolescentes de 16 a 25 anos, onde criamos uma rede de comunicação comunitária chamada Prosa Digital, recebemos recursos e a partir daí foi dado a oportunidade para jovens entenderem melhor como funciona esse mundo das mídias digitais.” (Empreendedor C).

4.4 Perspectivas para o futuro do empreendimento

A última seção de perguntas do questionário buscou entender se os empreendedores estavam dispostos a assumir mais riscos como consequência do crescimento do negócio e quais as perspectivas para o futuro do negócio, bem como as expectativas dos empreendedores.

Acerca da aceitação ao risco da atividade empreendedora, somente 01 dos empreendedores afirmou não estar disposto a assumir mais riscos do que aqueles já pertencentes ao porte do negócio no qual empreende, contudo enfatiza que essa é sua posição no momento,

o que não significa que futuramente tal decisão não seja passível de análise, a depender do contexto que envolva uma possível expansão do negócio. Tal comportamento não é desconexo do que versa a literatura, do contrário, vai ao encontro da abordagem de Chiavenato (2012, p. 10) ao afirmar que “os empreendedores assumem riscos com prudência, avaliam custos, necessidades de mercado/clientes”.

Sobre o segundo questionamento desta seção, nota-se que há por parte dos empreendedores aspiração pelo reconhecimento das atividades que desenvolvem, como apontado pela empreendedora D como o principal desejo para a atividade que desenvolve, bem como anseio em expandir seus negócios além das fronteiras do município de Paramoti-Ce, como no caso da empreendedora A que almeja para os próximos 10 anos ser “uma pessoa cada vez mais realizada, com umas duas lojas filiais, uma em Canindé e outra em Fortaleza”.

Sobre o futuro do empreendimento e as expectativas enquanto empreendedor, o empreendedor B conclui que

“Vejo um empreendimento estável, mas ainda em processo de consolidação, na liderança de um negócio já capaz de servir a sociedade e preparar profissionais para atender com eficiência a todos os serviços que nos propomos a ofertar aos nossos clientes. Me vejo já formado na área de Comunicação Social, estando a frente de um grupo de comunicação, imprimindo qualidade e alçando voos cada vez maiores.” (Empreendedor B).

Ao caracterizar a natureza do empreendedorismo, Dornelas (2017) sinaliza para a perspectiva da criação de emprego e afirma que embora não seja prioridade do empreendedorismo, este mantém estreita ligação com a geração de emprego, posto que as empresas vão crescendo, e conseqüentemente surge a necessidade de contratação de novos funcionários com fins ao desenvolvimento das atividades e atendimento das demandas. Ao serem questionados sobre as perspectivas do negócio, os empreendedores C e G destacam a oportunidade que tem, com a atividade empreendedora que desenvolvem, mudar a realidade de outros munícipes, seja por meio da geração de emprego ou pela disseminação do conhecimento adquirido com a experiência profissional e afirmam

“É difícil de dizer, mas espero que futuramente eu possa conseguir ampliar meu estúdio a um nível que além de produção eu possa ensinar as pessoas a produzirem também esses tipos de materiais para abrirem seus próprios negócios, não tenho ambição em ser o maior ou o melhor, sempre busco ajudar

as pessoas, resumindo, daqui a 10 anos espero ter ajudado, registrado momento e feito mais pessoas satisfeitas do que hoje.” (Empreendedor C)

“Daqui a 10 anos quero ter uma equipe maior com máquinas maiores, podemos oferecer empregos a várias famílias! E eu? Bem, quero está ainda mais focada nos meus sonhos, no meu negócio, quero está feliz com as metas cumpridas!” (Empreendedora G).

Os levantamentos obtidos com a aplicação dos questionários e confrontados com os autores explorados no referencial teórico possibilitaram as análises para o alcance dos objetivos desta pesquisa. A síntese deste trabalho está contida na seção seguinte.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo geral analisar quais os fatores que motivam os jovens de uma cidade no interior do Ceará a dedicar-se ao desenvolvimento de atividades empreendedoras e utilizando-se de questionários para o alcance de tal objetivo. Diante desse questionamento, conclui-se que a pesquisa atingiu sua proposta ao identificar como a oportunidade dentro do mercado local como o principal fator motivacional para a prática de atividades empreendedoras entre os jovens da cidade de Paramoti-Ce, associadas a escassez de oferta de emprego formal e a necessidade de aferir renda.

Analisando na perspectiva dos objetivos específicos, de descrever o perfil dos empreendedores e as atividades por aqueles desenvolvidas pode-se concluir que tais objetivos também foram alcançados ao consideramos que a amostra possibilitou entender que o perfil desses jovens está em consonância com as características difundidas na literatura e abordados nesta pesquisa como indivíduos que possuem o desejo de ter seu próprio negócio, serem donos do seu destino, de apresentarem disposição a assumir riscos, serem exploradores de oportunidades, visionários, otimistas e apaixonados pelo que fazem. Tais características corroboram no entendimento do porquê os negócios por eles desenvolvidos ganham posição de destaque dentro do negócio local embora para alguns dos empreendimentos aqui expostos haja concorrência direta dentro da cidade. O espírito empreendedor que os move, cria valor para os seus negócios.

Contudo, os fatores mais observados estão atrelados aos estudos mais recentes acerca das motivações ao empreendedorismo: necessidade e oportunidade. Conforme dados de ocupação e renda no município apresentados na seção 3.3 deste trabalho, a escassez de vagas de emprego formal associadas indispensabilidade de aferir renda formam o conjunto dos fatores de necessidade. Enquanto as lacunas deixadas pelos atuais concorrentes, a identificação de espaço para atuação no mercado local face a demanda, formam o conjunto dos fatores de oportunidade. Importante ressaltar que o conhecimento prévio acerca do negócio, informado pela maioria dos pesquisados, os direcionou para o segmento no qual atuar.

Em suma, conclui-se que os jovens em Paramoti-Ce possuem características também observadas nos empreendedores de sucesso, aceitam os riscos próprios da atividade que escolheram desenvolver, mesmo em condições de baixo ou nenhum incentivo seguem seus empreendimentos ofertando ao público local novos conceitos de negócio, de valorização dos

clientes e são potenciais ainda em desenvolvimento que merecem atenção dentro desse universo maior que chamamos de empreendedorismo.

Acerca da literatura que versa sobre o tema, conforme exposto ao longo deste trabalho, o tema empreendedorismo é largamente discutido não só dentro do contexto da administração, mas a sua amplitude tem despertado interesse também de outras áreas, como a psicologia, de um modo especial na análise das motivações e da economia no estudos dos impactos de tal prática para o campo econômico. Contudo, o tema empreendedorismo voltado para os jovens ainda possui literatura escassa, muito embora se configure como um campo fértil para estudos e se mostrou como uma limitação na etapa de referencial teórico desta pesquisa, ao passo que sinaliza para um espaço ainda a ser explorado pelos autores que investigam o fenômeno do empreendedorismo em geral.

REFERÊNCIAS

ALDRICH, H. E., CLIFF, J. E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 5, p. 573–596, 2003.

ALIANÇA EMPREENDEDORA, Prêmio Citi Jovens Microempreendedores. Disponível em: <http://aliancaempreendedor.org.br/conheca-os-20-finalistas-do-premio-citi-jovens-microempreendedores/>. Acesso em: 01/12/2019.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRASIL, Lei 12.852/2013 Capítulo I, Art. 1. Inciso 1º. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm. Acesso em: 19/10/2019.

BULGACOV, Y. L. M.; CUNHA, S. K. C.; CAMARGO, D.; MEZA, M. L.; BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 695-720, Rio de Janeiro, 2011.

CARVALHO, A. C. M.; SOUZA, B. A. A.; REZENDE, F. S.; SOUZA, M. C. Perfil dos Empreendedores de 'Startup' de um Programa de Aceleração do Estado de Minas Gerais. **Desafio online**, v. 6, n. 3, p. 410-430, 2018.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. São Paulo: Manole, 2012.

Degen, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGrawHill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017.

GERHARDT, T. E., SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. 1. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisas social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FILLION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de administração de empresas**, v. 39, n. 4, p. 6-20, São Paulo.

FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun., 1999.

FEIJO, K. B., LUNKES, R. J., ROSA, F. S. **Teoria das Necessidades Socialmente Adquiridas: Um Estudo Com Alunos do Curso de Ciências Contábeis**. Disponível em: http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso_internacional/anais. Acessado em: 01/10/2019.

FELIPE, C.; LEAO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracajú, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 124-143, 2012.

FERREIRA, Paulo J. S. **Empreendedorismo - uma abordagem sintética**. Ed. 1. Faro: Sílabas e Desafios, 2015.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. Disponível em: <http://197.249.65.74:8080/biblioteca/bitstream/123456789/716/1/Metodologia%20da%20Pesquisa%20Cientifica.pdf>. Acessado em: 01/10/2019.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. A cronologia dos estudos sobre empreendedorismo. **Revista de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v.5, n.3, p. 144-166, 2016.

GUIMARAES JUNIOR, E. H. Como os Empreendedores Trabalham: uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores. **Revista de**

Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.8, n.1, p. 149-175, 2019.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2013.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Llisterri, J. J.; Kantis, H; Angelelli, P; Tejerina, L. **Is youth entrepreneurship a necessity or an opportunity? A first exploration of household and new enterprise surveys in Latin America**. Washington: Inter-American Development Bank, 2006.

LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G.; PEREIRA, C. R.; FERREIRA, A. S. M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista psicologia: organização e trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.

MACHADO, H. P. V, GIMENEZ, F. NA P. Empreendedorismo e Diversidade: Uma Abordagem Demográfica de Casos Brasileiros. EGEPE, 1, 2000, Maringá,PR. Anais... Maringá, 2000.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. New York: The Free Press, 1961.

McCLELLAND, D. C. **The Achieving Society**. New York: Free Press, 1967.

PRODANOV, C. C., FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

REGO, A.; LEITE, E. Motivos de sucesso, afiliação e poder: um estudo de avaliação do constructo no Brasil. **Estudos de Psicologia**, Brasília, v.18, n.1, p. 185-191, 2003.

ROCHA, E. L. C.; BACCHI, G.A.; GUERRA, D.; ROLA JUNIOR, E. M.; PINHEIRO, D. R. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos Presenciais de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: Um Estudo Comparativo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. **Revista ANGRAD**, v. 12, p. 393-414, 2011.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Entrepreneurial profile and organizational performance. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SCHNEIDER, E. I.; BRANCO, H. J. C. **A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade**. 1. Ed. Curitiba: Intersaberes, 2012.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –

Empreendedorismo Volta a Crescer no Brasil. Disponível em:

<<http://www.pi.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PI/empreendedorismo-volta-a-crescer-no-brasil,a8ddb12a92b29610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 22.08.2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23ª Edição. São Paulo: Cortez, 2007.

SOARES, M. A. F.; MACHADO, H. P.V. **Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos**. In: V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Anais, Curitiba, 2005.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?** **RAC**, v.18, n.3, p. 311-327, 2014.