



TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

OLAVO SOARES DA CONCEIÇÃO

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES
DE CARAGUATATUBA**

CARAGUATATUBA – SP
2017

OLAVO SOARES DA CONCEIÇÃO

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES
DE CARAGUATATUBA**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC,
apresentado ao Instituto Federal de
Educação, Ciências e Tecnologia, como
exigência parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador(a): Doutora Maria do Carmo
Cataldi Muterle

CARAGUATATUBA - SP
2017

C744e Conceição, Olavo Soares da
Empreendedorismo: perfil dos jovens
empreendedores de Caraguatatuba. / Olavo Soares da
Conceição. – Caraguatatuba, 2017.
41 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em
Processos Gerenciais) -- Instituto Federal de São Paulo,
Câmpus Caraguatatuba, 2017.

1. Empreendedorismo. 2. Processo empreendedor. 3.
Jovem empreendedor. I. Título.

CDD 658.4012

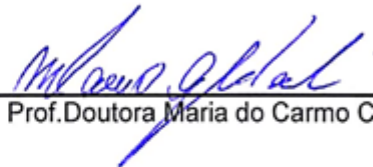
OLAVO SOARES DA CONCEIÇÃO

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES
DE CARAGUATATUBA**


Trabalho de Conclusão de Curso – TCC,
apresentado ao Instituto Federal de
Educação, Ciências e Tecnologia, como
exigência parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador(a): Doutora Maria do Carmo
Cataldi Muterle

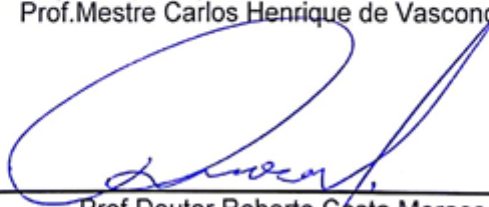
BANCA EXAMINADORA



Prof.Doutora Maria do Carmo Cataldi Muterle



Prof.Mestre Carlos Henrique de Vasconcelos



Prof.Doutor Roberto Costa Moraes

OLAVO SOARES DA CONCEIÇÃO

**EMPREENDEDORISMO: PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES
DE CARAGUATATUBA**

**AUTORIZAÇÃO PARA DEPÓSITO DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Com base no disposto da Lei Federal nº 9.160, de 19/02/1998, AUTORIZO ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Campus Caraguatatuba - IFSP, sem ressarcimento dos direitos autorais, a disponibilizar na rede mundial de computadores e permitir a reprodução por meio eletrônico ou impresso do texto integral e/ou parcial da OBRA acima citada, para fins de leitura e divulgação da produção científica gerada pela Instituição.

Caraguatatuba-SP, 07 / 12 / 17

Olavo Soares da Conceição

Olavo Soares da Conceição

Declaro que o presente Trabalho de Conclusão de Curso, foi submetido a todas as Normas Regimentais da Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Campus Caraguatatuba - IFSP e, nesta data, AUTORIZO o depósito da versão final desta monografia bem como o lançamento da nota atribuída pela Banca Examinadora.

Caraguatatuba-SP, 07 / 12 / 17

Maria do Carmo Cataldi Mutterle

Prof.Doutora Maria do Carmo Cataldi Mutterle

Dedico esta singela obra a toda
minha família, amigos e professores que
direta ou indiretamente me auxiliaram
nesse trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço por poder utilizar a faculdade de raciocínio dada por Deus para poder contribuir, por mínima que seja esta obra, com a construção do conhecimento científico com o objetivo de ser criado um mundo mais justo e inclusivo. Agradeço a meus pais e minha irmã que sempre estiveram do meu lado e sempre me apoiaram, sem sua ajuda muito dificilmente teria êxito. Agradeço a minha namorada que atuou como inspiração de superação neste processo, devido ao seu comprometimento e disciplina com os estudos. Agradeço a todos os professores e servidores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Campus Caraguatatuba que me receberam muito bem e me proporcionaram uma experiência muito gratificante e motivadora para a produção científica e posteriores estudos.

“Digno és, Jeová, nosso Deus, de receber a glória, a honra e o poder, porque criaste todas as coisas, e por tua vontade elas vieram à existência e foram criadas.”

Apocalipse 4:11

RESUMO

O empreendedorismo atua como forma de inclusão de jovens no mercado de trabalho e promoção do desenvolvimento socioeconômico brasileiro. Contudo, qual o perfil, as motivações para abertura de negócios dos jovens empresários de Caraguatatuba, suas dificuldades e desafios? Este trabalho estudou quarenta jovens empreendedores de Caraguatatuba com o objetivo de identificar o perfil e suas motivações para empreender, identificar os principais obstáculos encontrados aos negócios e fazer uma comparação entre os dados obtidos no município e os dados pesquisados nacionalmente, expondo as principais semelhanças e lacunas percebidas. Os objetivos específicos procuram: identificar os motivos que levaram tais jovens a empreender; qual a influência da família no processo empreendedor; identificar as principais fontes de financiamento utilizadas; verificar os principais obstáculos enfrentados na abertura do negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Jovem empreendedor. Processo empreendedor. Motivação. Dificuldades dos negócios.

ABSTRACT

Entrepreneurship acts as a way to include young people in the labor market and promote Brazilian socioeconomic development. However, what is the profile, the motivations for opening the business of young entrepreneurs in Caraguatatuba, their difficulties and challenges? This study studied forty young entrepreneurs from Caraguatatuba in order to identify the profile and their motivations to undertake, to identify the main obstacles encountered in the business and to make a comparison between the data obtained in the municipality and the data researched nationally, exposing the main similarities and gaps perceived. The specific objectives seek to: identify the reasons that have led such young people to undertake; what is the influence of the family in the entrepreneurial process; identify the main sources of funding used; check the main obstacles faced in opening the business.

Key words: Entrepreneurship. Young entrepreneur. Entrepreneurial process. Motivation. Business difficulties.

LISTAS

Figura 1.....	8
Tabela 1.....	11
Gráfico 1.....	21
Gráfico 2.....	21
Gráfico 3.....	22
Gráfico 4.....	22
Gráfico 5.....	23
Gráfico 6.....	24
Gráfico 7.....	25
Gráfico 8.....	25
Gráfico 9.....	26
Gráfico 10.....	27
Gráfico 11.....	27
Gráfico 12.....	28
Gráfico 13.....	28
Gráfico 14.....	29
Gráfico 15.....	30
Gráfico 16.....	31
Gráfico 17.....	31

Sumário

INTRODUÇÃO	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	6
2.1 Contextualização do empreendedorismo no Brasil	6
2.2 Empreendedorismo.....	7
2.2.1 Definição de empreendedor	7
2.2.2 O processo empreendedor.....	7
2.2.3 Motivação para empreender: oportunidade ou necessidade	9
2.2.4 Oportunidades de mudança.....	10
3. JOVEM EMPREENDEDOR.....	11
3.1 Histórico e características do empreendedor	12
3.1.1 Educação e Origem.....	12
3.1.2 Histórico profissional e Idade.....	13
3.2 Modelo de conduta e sistemas de apoio.....	14
3.2.1 Perfil Psicológico.....	14
3.2.2 Rede de apoio moral e Rede de apoio profissional	15
3.3 Dificuldades na gestão empresarial	16
3.3.1 Fatores internos	17
3.3.2 Fatores externos	17
4. METODOLOGIA.....	19
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	21
5.1 Identidade do jovem empreendedor	21
5.2 Motivos que levam os jovens a empreender	23
5.3 Características das empresas.....	27
5.4 Principais dificuldades.....	29
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
ANEXO	38
APÊNDICE.....	41

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é diretamente responsável por produzir as riquezas de um país. Porém, as atitudes empreendedoras também podem produzir bem-estar social apresentando solução para muitas mazelas, já que o conceito de empreendedorismo é muito mais amplo que a simples ideia de abrir um negócio. Atitudes empreendedoras podem estar ligadas à ideia de encontrar soluções para problemas de uma sociedade.

O empreendedorismo jovem apresenta-se como forma de inclusão de jovens no mercado de trabalho e, em contrapartida, é fator preponderante para promoção do desenvolvimento socioeconômico brasileiro. Por desenvolvimento econômico pode-se entender a ideia da acumulação de riqueza, também como força motriz capaz de conduzir uma sociedade atrasada a uma sociedade avançada. Além da perspectiva dos ganhos econômicos e financeiros, o desenvolvimento deve incluir os ganhos relativos à melhora da qualidade de vida das pessoas.

Através do conhecimento do perfil, motivações para empreender e desafios encontrados pelos jovens empreendedores torna-se possível serem realizadas ações, projetos e cobrar políticas públicas de incentivo para os jovens empresários.

Este trabalho tem como objetivo geral estudar os jovens empreendedores de Caraguatatuba, para identificar o perfil e suas motivações para empreender, identificar os principais obstáculos encontrados aos negócios e fazer uma comparação entre os dados obtidos na coleta de dados municipais e os pesquisados nacionalmente, assim, levantando as principais lacunas e semelhanças dos dois universos. Sendo assim, o tema deste trabalho é o empreendedorismo. O problema de pesquisa é: Qual o perfil, as motivações para abertura de negócios dos jovens empreendedores de Caraguatatuba, suas dificuldades e desafios?

Como objetivos específicos visa identificar os motivos que levaram os jovens empreendedores a abrir seu próprio negócio; qual a influência da família no processo empreendedor; identificar as principais fontes de financiamento utilizadas pelos jovens empreendedores e verificar os principais obstáculos enfrentados na abertura do negócio.

Este trabalho apresenta dados obtidos com a participação de quarenta jovens empreendedores do município e a delimitação da amostra feita de acordo com a

faixa etária a ser estudada e a escolha dos respondentes é realizada por conveniência devido à limitação da locomoção do entrevistador.

A presente pesquisa caracteriza-se por ser de natureza quantitativa, predominantemente descritiva. Tem como estratégia de pesquisa adotada a pesquisa survey e a amostra utilizada tem caráter não probabilístico. O instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa foi um questionário estruturado aplicado através de entrevistas pessoais a jovens empreendedores de Caraguatatuba com idades entre dezoito e trinta e nove anos.

No decorrer do trabalho é realizada uma comparação entre a realidade do empreendedorismo jovem do município e a do nível nacional. Esta análise é realizada a partir de dados obtidos em pesquisa nacional específica a respeito do empreendedorismo jovem.

O texto está organizado de maneira que seja possível elucidar questões referentes: ao contexto empresarial brasileiro; conhecimento do processo empreendedor; motivações que levam ao empreendedorismo; a importância, identificação e características do empreendedorismo jovem; quais os principais sistemas de apoio utilizados e quais as principais dificuldades encontradas durante o processo empreendedor.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contextualização do empreendedorismo no Brasil

Desde a década de setenta e principalmente na de oitenta, o mercado e a divisão do trabalho têm se reestruturado devido às mudanças tecnológicas e de processos produtivos nas organizações que demandam profissionais cada vez mais qualificados. Diversos autores (KON, 1997; ALVES, 2007) relatam o crescimento de uma categoria de trabalhadores com salários precarizados e afetados pela eventual perda de direitos trabalhistas causados pelo desenvolvimento recente do capitalismo. Os autores também relatam o aumento dos trabalhadores informais, dos trabalhadores sem carteira assinada e das atividades de “autônomo”, o que tem gerado verdadeiros excluídos sociais.

Para Dornelas (2016), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Acredita-se que este cenário de reestruturação produtiva estimulou a geração de novos desempregados que, ao se perceberem nessa situação, migraram para a posição de novos empresários. Os já qualificados para empreender identificaram, investigaram e aproveitaram oportunidades disponíveis para criar uma empresa ou iniciar um novo negócio (CIMADON, 2008).

Já Fillion (1999, p. 20) destaca a existência dessas duas categorias de empreendedores: “os empreendedores voluntários e os involuntários”, enquanto a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2016 classifica essas categorias como empreendedores por necessidade ou por oportunidade.

2.2 Empreendedorismo

O foco desta seção é caracterizar os aspectos comuns dos indivíduos empreendedores e compreender o processo empreendedor. Para melhor entendimento do processo empreendedor é necessário definir o conceito de empreendedorismo de acordo com a literatura especializada.

2.2.1 Definição de empreendedor

A leitura das definições de empreendedorismo permite concluir que não há um único aspecto que define o empreendedor, mas vários. Mas entre essa variedade de aspectos, Bessant e Tidd (2009) e Dornelas (2016) convergem para um grupo comum de características principais, as quais são: ter iniciativa e paixão pelo que faz; buscar formas de lucrar com a mudança e a ruptura; aceitar assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar; perseguir as oportunidades com disciplina e concentrar-se em um número limitado de projetos; utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; mobilizar e incentivar redes de relacionamentos, explorando o conhecimento e os recursos de outros enquanto os ajuda a alcançar seus próprios objetivos.

Além dessas características, os autores Hisrich, Peters e Shepherd (2014) acrescentam novos aspectos: o objetivo do empreendedor é criar algum produto ou serviço com valor, com intuito de gerar mais riqueza e receber as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

2.2.2 O processo empreendedor

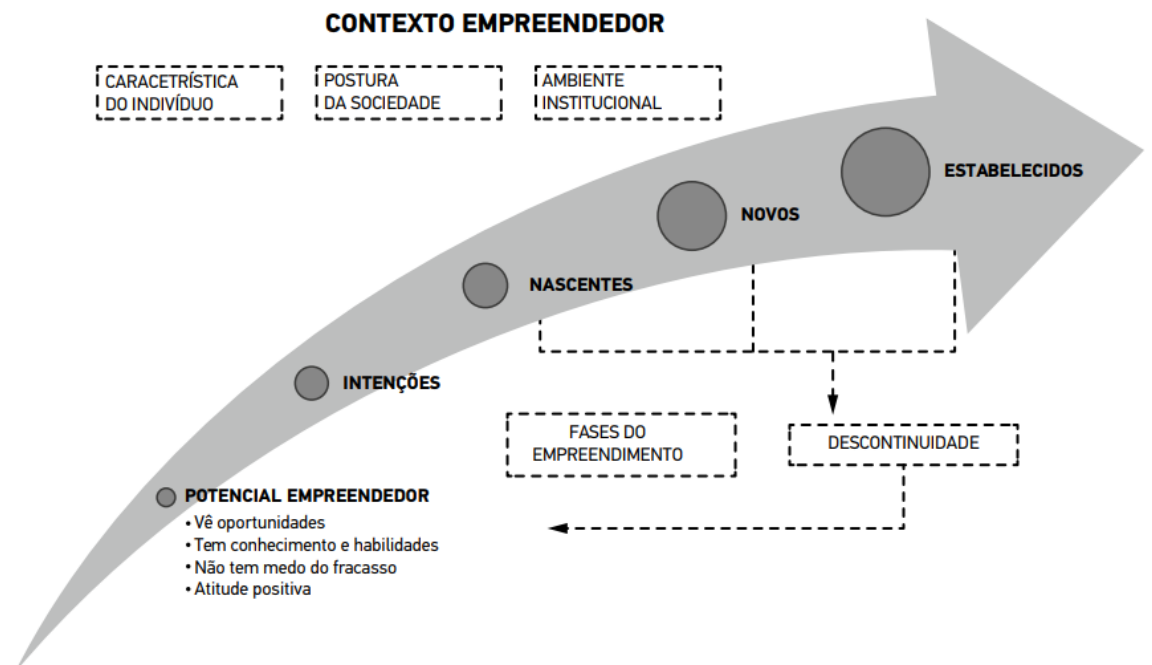
Quanto mais forte for a intenção das pessoas se empenharem em um comportamento, tanto maior será a probabilidade de o praticarem. As pessoas têm intenções mais fortes de agir quando a ação é percebida como viável e desejável. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014) as intenções empreendedoras podem ser explicadas da mesma maneira. Dessa maneira é possível afirmar que a ação empreendedora é intencional. Os empreendedores intencionam buscar certas

oportunidades, entrar em mercados novos e oferecer novos produtos – e raramente esse processo é de conduta não-intencional.

Além da intencionalidade, Dornelas (2016) explica que a decisão de tornar-se empreendedor ocorre devido a fatores tanto externos, ambientais e sociais, quanto a fatores intrínsecos, habilidades pessoais ou até mesmo à soma de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa. Em complemento, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) dividem o processo de empreender em quatro etapas: (1) identificação e avaliação da oportunidade, (2) desenvolvimento do plano de negócio, (3) determinação de recursos necessários e (4) administração da empresa resultante.

A figura 1 abaixo estabelece uma relação entre as características e a intencionalidade do empreendedor discutidas acima, colocando-a na base de uma curva de ascensão ou maturação do processo empreendedor (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

Figura 1. O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM 2016



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor, 2016

A análise do empreendedorismo que é feita no GEM adota uma visão processual considerando as diversas etapas que caracterizam o fenômeno. Este

processo é representado na figura anterior e engloba quatro momentos: a intenção dos indivíduos em iniciar um negócio; a criação do empreendimento; seu desenvolvimento considerando dois estágios, nascentes e novos; culminando com a etapa em que o empreendimento é considerado estabelecido.

Ademais, são analisados aspectos contextuais do processo empreendedor em que são relevantes as características sociodemográficas dos indivíduos, o ambiente institucional da sociedade em termos econômicos, políticos, sociais e de desenvolvimento, e, por fim, a postura da sociedade em relação ao empreendedorismo enquanto atividade socialmente valorizada em termos de ocupação e geração de renda.

2.2.3 Motivação para empreender: oportunidade ou necessidade

O cenário globalizado em que se encontra o mercado de trabalho é cada vez mais dinâmico e instável. E ainda assim, o potencial empreendedor continua a se expor aos riscos do sucesso e do fracasso por causa de dois motivos majoritariamente, de acordo com Dornelas (2016): por oportunidade ou por necessidade. Quando por oportunidade, o indivíduo faz um esforço voluntário de empreender, mas quando há circunstâncias do mercado, o indivíduo é forçado a empreender involuntariamente por necessidade.

Os empresários que não possuem uma alternativa de rendimento para subsistência própria e de seus familiares acabam vendo como maneira de sobrevivência o empreender por necessidade. Nesse caso, esses negócios costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequada e muitos fracassam bastante rápido, não gerando desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios. (DORNELAS, 2016).

Mesmo possuindo alternativas de renda e emprego concorrente o empreendedor por oportunidade enxerga um potencial nicho de mercado ou uma chance de negócios a ser explorado, está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento e visa à geração de lucros, empregos e riqueza, e opta

conscientemente por essa alternativa. (Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2016; RAM – Revista de Administração Mackenzie, 2008)

2.2.4 Oportunidades de mudança

A própria experiência de perder o emprego é uma situação intensa mobilizadora das emoções, portanto, é um momento propício para ponderação da viabilidade de alternativas de reinserção no mercado de trabalho diferente das conhecidas habitualmente, de acordo com Oliveira (2004) tal situação é acompanhada uma oportunidade potencial para o empreendedorismo por necessidade.

Todavia, o Brasil precisa buscar a otimização do seu empreendedorismo de oportunidade, em 2007, cerca de 57% das iniciativas empreendedoras no país eram de empreendedores de oportunidade e 43% de empreendedores de necessidade. (DORNELAS, 2016). Contudo, faltam ainda políticas públicas dirigidas à consolidação do empreendedorismo no país, como alternativa à falta de emprego e a valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerado riquezas.

3. JOVEM EMPREENDEDOR

Esta seção tem como objetivo caracterizar o jovem empreendedor, apontando como base estudos e pesquisas nacionais que constataam o potencial de empreender nessa faixa etária.

O programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a London Business School, da Inglaterra, e Babson College, dos Estados Unidos. Em 17 anos, mais de 100 países já participaram do projeto. Atualmente, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora no mundo.

A tabela na próxima página mostra que as pessoas com idade entre (18) dezoito e (44) quarenta e quatro anos apresentam um potencial maior de empreender, alcançando o pico na faixa etária entre (25) vinte e cinco e (34) trinta e quatro anos do que a população de mais idade acima de (45) quarenta e cinco anos de acordo com a pesquisa GEM Brasil 2016. Evidenciando, assim, que a faixa etária é um fator influente na tomada de decisão de empreender.

Tabela 1. Distribuição percentual dos potenciais empreendedores¹ segundo características socio-demográficas - Brasil - 2016

Características sociodemográficas	% de potenciais empreendedores
Gênero	
Masculino	50,8
Feminino	49,2
Total	100,0
Faixa etária	
18 a 24 anos	24,0
25 a 34 anos	30,9
35 a 44 anos	25,1
45 a 54 anos	13,0
55 a 64 anos	7,1
Total	100,0
Escolaridade²	
Educ0	20,9
Educ1	20,0
Educ2	50,1
Educ3+	9,0
Total	100,0
Renda	
Até 1 salário mínimo	14,8
Mais de 1 até 2 salários mínimos	27,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	26,6
Mais de 3 até 6 salários mínimos	26,9
Mais de 6 salários mínimos	3,8
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2016

Esses números corroboram com a percepção de que a população mais jovem é mais disposta a correr os riscos inerentes à prática empreendedora e que os mais velhos preferem situações de maior estabilidade (Hisrich, Peters e Shepherd, 2014). Devido a tal fato o empreendedorismo jovem, tem sido investigado recentemente por pesquisadores brasileiros entre eles GOMES (2014); GOULART e SANTOS (2014) que sugerem a educação para o empreendedorismo em todos os níveis de ensino como mecanismo de estímulo a essa opção de carreira e de aumento da sustentabilidade de novos negócios iniciados por jovens.

3.1 Histórico e características do empreendedor

O fato do sucesso alcançado pelos empreendedores ser um esforço voluntário e consciente já foi discutido anteriormente neste trabalho, contudo esta seção aborda questões ambientais e sociais que podem refletir nas características desenvolvidas pelo empreendedor, bem como aborda o impacto do histórico profissional no processo empreendedor.

3.1.1 Educação e Origem

O capital humano de um empreendedor pode dispor de conhecimento, aptidões e habilidades para solucionar problemas, os quais são transferíveis para várias situações distintas. A educação é importante na criação do empreendedor. Embora a educação tenha uma influência positiva sobre a probabilidade de uma pessoa descobrir novas oportunidades, ela não determina necessariamente que essa pessoa crie um negócio e tenha sucesso no empreendimento. Sua importância se reflete não só no nível educacional obtido, mas também no fato de que continua a desempenhar um grande papel ao auxiliar os empreendedores a lidar com os problemas que enfrentam. (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2014)

Diversos estudos confirmam que tanto a origem familiar quanto a religião afetam a tendência de um indivíduo estabelecer um novo empreendimento (BESSANT; TIDD, 2009). Os estudos indicam que 50% a 80% possuem pelo menos

um dos pais dono do próprio negócio ou profissional liberal e a sua probabilidade de se tornar empreendedor é quatro vezes maior do que os demais jovens¹. A explicação mais comum para essa predisposição é que o pai age como um modelo e pode oferecer apoio para o trabalho autônomo, ou seja, para a criação do negócio próprio (Roberts ,E.B 1991).

Mesmo o histórico religioso sendo mais polêmico é evidente que certas religiões têm maior presença na população de empreendedores do que algumas que pregam aos seus súditos um estilo de vida simples e humilde. O tema “empreendedorismo e vida religiosa” remonta à sociologia clássica e tem nos trabalhos de Max Weber (2004) referência obrigatória. A investigação do autor estava enfocada na tensão entre a ética religiosa e a vida econômica, que residia no contraste ou afinidade entre a racionalidade orientada a valores e a racionalidade instrumental moderna. Desde então, o tema vem sendo pesquisado sob vários ângulos desta relação, em várias áreas das Ciências Sociais. (SERAFIM, 2008)

3.1.2 Histórico profissional e Idade

Em termos de idade cronológica, a maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos de acordo com Hisrich,Peters&Shepherd (2014). Os jovens empreendedores tem a tendência de arriscar todos seus recursos por negócios com grande potencial de lucro, não importando o ramo do negócio, pois, encaram que ganhar dinheiro é o objetivo principal. A maioria dos empreendedores relata que seu empreendimento mais significativo não foi o primeiro. No decorrer de suas carreiras empresariais, eles são expostos a um leque maior de oportunidades de empreendimento do que os indivíduos em outras carreiras.

Para Dornelas (2016) quando ficam mais experientes percebem que só serão realmente bem-sucedidos se atuarem em algo de que gostem e que se sintam satisfeitos.

Hisrich,Peters&Shepherd (2014) acrescentam que a experiência empresarial é um dos melhores indicadores para prever o sucesso, principalmente quando o novo empreendimento se situa no mesmo campo da experiência prévia.

O histórico profissional pode ser encarado como um mobilizador negativo na decisão de lançar um novo empreendimento, porém, ao mesmo tempo como pode

1 – Tema complexo mais informações no artigo Religião e o “Espírito” Empreendedor de Maurício C. Serafim. Rio de Janeiro: XXXII Encontro da ANPAD, 2008.

desempenhar um papel fundamental em seu crescimento e eventual sucesso. Em muitos casos a insatisfação com vários aspectos de um emprego motive o início de um novo empreendimento e a experiência técnica e industrial anterior é importante uma vez que tenha sido tomada a decisão de empreender.

Finalmente, Hisrich, Peters & Shepherd (2014) concluem que a experiência anterior é um previsor relativamente bom para iniciar empresas subsequentes, pois, pode proporcionar aos empreendedores o conhecimento na administração de uma empresa independente, assim como os parâmetros de referência (*benchmarks*) para julgar a relevância das informações, o que pode levar a um conhecimento da “real” importância das novas oportunidades de entrada, agilizar o processo de criação da empresa e aumentar o seu desempenho, oferecendo uma segurança maior na sua possibilidade de alcançar resultados com êxito, esse aumento da viabilidade percebida fortalecerá as intenções empreendedoras.

3.2 Modelo de conduta e sistemas de apoio

A seguir são apresentados os modelos de condutas características comuns praticadas entre os empreendedores bem como os sistemas de apoio disponíveis onde os jovens empreendedores podem encontrar incentivos e motivação citados de acordo com a literatura acadêmica.

3.2.1 Perfil Psicológico

Os empreendedores são, tipicamente, motivados por altos níveis de necessidade de conquista, em vez de desejo geral por sucesso. Esse comportamento está associado a risco moderado, não a apostas ou risco irracional. (BESSANT; TIDD, 2009). Pessoas com altos níveis de necessidade de conquista: gostam de assumir responsabilidades em situações em que requeira resolução de problemas; tem tendências a estabelecer metas pessoais e assumir riscos calculados, precisam de opiniões concretas a respeito de seu desempenho pessoal. Em contrapartida, Dornelas (2016) afirma que o empreendedor apresenta algumas

características pessoais que incluem: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

Até alguns anos atrás, de acordo com Dornelas (2016) acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que traços de personalidade resultavam em comportamentos específicos, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Concordando com ele, Bessant&Tidd (2009), afirmam que hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que com treinamento, prática, experiência e apoio podem influenciar o comportamento empreendedor.

Dessa maneira Dornelas (2016) e Bessant&Tidd (2009) inferem que o processo empreendedor pode ser ensinado, adquirido, entendido e desenvolvido por qualquer pessoa, e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento. É claro que, como em qualquer esforço, a personalidade exerce um papel, mas interage com desenvolvimento, contexto e oportunidade.

3.2.2 Rede de apoio moral e Rede de apoio profissional

Devido a enorme quantidade demandada de tempo para a criação e desenvolvimento de um novo empreendimento, a maioria dos empreendedores indicam que seus cônjuges são seus maiores defensores. Os amigos também desempenham uma fundamental rede de apoio moral, pois, podem dar conselhos, podem dar estímulos, compreensão, assistência, os empreendedores podem confiar nos amigos sem medo das críticas. Finalmente, os parentes (filhos, pais, avós, tias e tios) podem ser fontes importantes de apoio moral, especialmente se também forem empreendedores de acordo com Hisrich,Peters&Shepherd (2014).

Para Filion (1991), as pessoas apresentam mais chances de tornarem-se empreendedoras se houver um modelo na família ou no seu meio; quanto mais novo for o empreendedor no início do processo, maior será a influência do ambiente familiar.

É importante ao jovem empreendedor a escolha de um mentor, que é um treinador, um termômetro e um defensor, alguém com quem possa compartilhar

problemas e sucessos que seja um especialista no ramo. A identificação de um mentor deve ocorrer a partir de uma seleção de especialistas em diversos campos, como nas atividades básicas de finanças, marketing, contabilidade, direito ou administração, que possam suprir o aconselhamento prático necessário. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

A partir da identificação e contratação do indivíduo que oferecer a maior assistência. O mentor deverá ser periodicamente informado do andamento do negócio, de modo que um relacionamento possa se desenvolver aos poucos.

Os fornecedores também são outro componente importante em uma rede de apoio profissional, pois, podem oferecer boas informações sobre a natureza e as tendências, bem como sobre a concorrência no setor. Um novo empreendimento precisa delinear um percurso sólido com os fornecedores para construir um bom relacionamento e garantir a adequada disponibilidade de material e outros suprimentos.

3.3 Dificuldades na gestão empresarial

A literatura mostra que algumas dificuldades de gestão empresarial são comuns a todas as empresas, independentemente de seu porte, contudo, são nas pequenas empresas que se apresentam de forma mais intensa. Campos (1992) enumera vários problemas que nem sempre seriam identificados pelos dirigentes, por exemplo: um mau resultado de qualidade de produto; um grande número de reclamações de clientes; custo elevado que impossibilita a prática de preços competitivos; atrasos na entrega de produtos; insatisfação dos empregados; número elevado de acidentes, representando por uma disfunção na organização. Os próximos tópicos abordam os principais fatores da gestão empresarial em que os jovens empreendedores encontram dificuldades independentes do porte da empresa.

3.3.1 Fatores internos

Fatores internos podem ser descritos como aspectos relacionados ao ambiente interno da empresa, ou seja, aspectos decorrentes da estrutura organizacional.

De acordo com Coutinho e Ferraz (1995), os fatores internos que influenciam a competitividade da empresa são aqueles que estão sob a sua esfera de decisão, incluindo os aspectos inerentes a estratégia e gestão, capacitação para inovação, capacitação produtiva e recursos humanos.

Alguns elementos destacados por Chér (1990) como motivo das altas taxas de mortalidade das empresas são a falta de conhecimento acerca dos instrumentos de administração geral, administração da produção e de orientação técnica especializada.

Segundo Batalha & Demori (1990), os fatores internos negativos podem ser encontrados em quatro áreas distintas: produtiva, financeira, mercadológica e administrativa.

Para Pinheiro (1996), as pequenas empresas são oprimidas no seu dia-a-dia por fatores que afetam diretamente a sua produtividade e que estão relacionados à sua estrutura organizacional, à dinâmica da utilização da força de trabalho, à aplicação dos recursos materiais e financeiros disponíveis e à inadequação ou falta de utilização de técnicas gerenciais fundamentais.

3.3.2 Fatores externos

Os fatores citados anteriormente exercem influência nas pequenas, médias e grandes empresas, no entanto, devido à sua fragilidade estrutural, as pequenas empresas encontram-se mais vulneráveis a estes.

Os fatores externos que exercem influência sobre a viabilidade ou o crescimento das empresas são, de acordo com Terense (2002), condições econômicas, estrutura de negócios, condições de mercado, normas reguladoras do

setor, problemas de natureza fiscal, comportamento dos clientes, fornecedores e força dos concorrentes, entre outros.

De acordo com Gimenez (1998), entre os fatores externos, que influenciam a competitividade das empresas de pequeno a grande porte, há a carência de informação sobre a evolução do mercado de seus produtos, o difícil acesso à fonte de financiamento, bem como as dificuldades em atender às exigências de garantias reais para o próprio financiamento.

Em resumo, este referencial teórico abordou questões a respeito do contexto empresarial brasileiro recente; do conhecimento do processo empreendedor e de suas etapas; das principais razões motivacionais que levam ao empreendedorismo, por vislumbrar uma oportunidade ou por necessidade de uma fonte de renda; das características pessoais, comportamentais e das condutas comuns aos empreendedores.

Portanto, todos os autores estudados ao longo dessa seção contribuíram para construir a fundamentação teórica apropriada para a análise dos dados obtidos relacionados aos seguintes aspectos: a identidade do empreendedor, quais os motivos que levaram o jovem a empreender, quais as características da empresa, quais principais sistemas de apoio buscados pelos empresários e as principais dificuldades internas e externas encontradas durante o processo empreendedor.

4. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se por ser de natureza quantitativa, predominantemente descritiva porque procura conhecer a realidade estudada descrevendo fatos e fenômenos observados dessa realidade (ZANELLA, 2006), podendo até estabelecer correlações entre as variáveis, as quais definem assim a natureza dessa realidade (GIL, 2010). A realidade que este trabalho visa conhecer é o perfil e as motivações que levam os jovens de Caraguatatuba a se tornarem empreendedores e quais são suas principais dificuldades no processo empresarial.

A estratégia de pesquisa adotada neste trabalho foi a pesquisa *survey* que pode ser descrita como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como amostra, por meio de instrumento de pesquisa pré-definido, normalmente um questionário (FREITAS, 2000). A amostra utilizada tem caráter não probabilístico em que os critérios de escolha se deram por conveniência de acordo com a classificação de Freitas (2000). A coleta de dados foi realizada com a participação de quarenta jovens empreendedores no período de setembro a outubro de dois mil e dezessete. A delimitação da amostra foi feita de acordo com a faixa etária a ser estudada e a escolha dos respondentes por conveniência do entrevistador.

A população pesquisada nesse trabalho foram os jovens empreendedores da cidade de Caraguatatuba no Litoral Norte do estado de São Paulo, com idade entre dezoito e trinta e nove anos. A delimitação da amostra ocorre de acordo com os seguintes critérios: a faixa etária e a conveniência do entrevistador durante sua atividade profissional de prestador de serviços.

Ao longo de um dia de trabalho, o entrevistador percorreu as principais avenidas e regiões centrais da cidade de Caraguatatuba, onde aproveitava para identificar atividades produtivas com a presença de jovens empresários. Após a identificação, o entrevistador verifica se o jovem possuía a idade válida para essa pesquisa e, em caso afirmativo, aplicava o instrumento de coleta de dados com a anuência do sujeito de pesquisa via “Google formulários” apresentados no smartphone do autor.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado, elaborado com questões de múltiplas escolhas que visam estabelecer os seguintes aspectos relacionados aos jovens empreendedores: qual a sua identidade, quais os

motivos que levam os jovens a empreender, quais as características da empresa, quais os principais sistemas de apoio utilizados e quais as principais dificuldades encontradas durante o processo empreendedor. O questionário foi aplicado por meio de entrevistas pessoais realizadas durante as atividades empresariais.

O instrumento de coleta de dados deste trabalho bem como a faixa etária estabelecida dos jovens empreendedores foram baseados no relatório do perfil do jovem empreendedor brasileiro de 2016 publicado pela Confederação Nacional dos Jovens Empresários (Conaje). Na sua segunda edição, houve a colaboração de 5.060 respondentes e alcançou vinte e sete estados, com margem de erro de 5% e o intervalo de confiança de 95%. Os dados obtidos na pesquisa da Conaje foram adaptados ao objeto de estudo deste trabalho, estabelecendo assim, um parâmetro de comparação entre o nível nacional e a realidade dos jovens empresários do município de Caraguatatuba.

Contudo, o que pode limitar a comparação foi o fato da pesquisa realizada pela Conaje ter caráter probabilístico (MATTAR, 2001) e a pesquisa deste trabalho ser realizada por conveniência e apresentar resultados de uma quantidade de entrevistados significativamente menor do que a obtida na primeira. Logo, os dados analisados e expostos são apenas indicativos da realidade empresarial dos jovens no município e torna-se necessário a ampliação da pesquisa através de um cadastro extensivo dos jovens empreendedores de Caraguatatuba para posteriores estudos.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

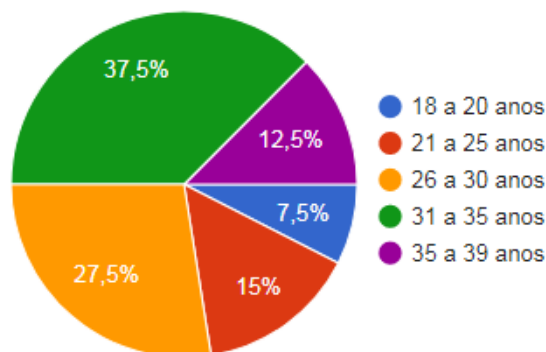
5.1 Identidade do jovem empreendedor

Entre os jovens empreendedores pesquisados, a maioria tem entre trinta e um e trinta e cinco anos de idade, com quinze indivíduos pertencentes a essa faixa, representando 37,5% dos indivíduos pesquisados. O segundo maior grupo etário está entre vinte e seis e trinta anos, com onze respondentes declarando pertencer a essa faixa, representando 27,5% dos sujeitos da pesquisa.

O gráfico 1 abaixo ilustra todas as faixas etárias declaradas, mas é possível afirmar que a maior disposição para o empreendedorismo ocorre principalmente entre vinte e seis e trinta e cinco anos, fase em que o empreendedor já deve ter alcançado algum nível de maturidade, experiência profissional e esteja mais disposto a correr riscos inerentes à prática empresarial ao contrário dos mais velhos que preferem situações de maior estabilidade.

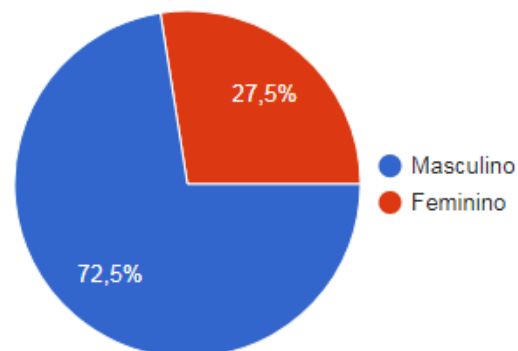
A respeito do gênero dos empreendedores, o gráfico 2 abaixo mostra que vinte e nove entrevistados são do sexo masculino, correspondendo a 72,5% de todos os participantes da pesquisa. Esse predomínio do sexo masculino aponta a necessidade da criação de políticas públicas municipais que incentivem uma cultura empreendedora direcionada especialmente para o público jovem feminino.

Gráfico 1. IDADE



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 2. GÊNERO



Fonte: Elaborado pelo autor

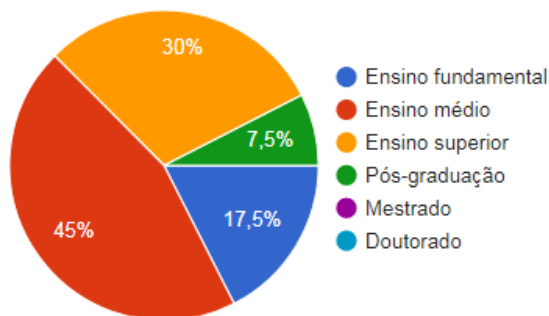
Em relação ao grau de escolaridade dos pesquisados, a maioria de dezoito participantes declarou ter ensino médio, representando 45% da amostra, conforme ilustra o gráfico 3. Em seguida, o segundo grupo escolar mais representativo tem doze participantes declarando ter ensino superior, representando 30% da amostra.

O fator escolaridade não se mostrou determinante para o empreendedorismo dentre os entrevistados, pois na amostra foram encontrados indivíduos de diversos níveis educacionais.

Embora haja uma porcentagem considerável dos que afirmam possuírem nível superior e pós-graduados (37,5%) foi constatado na pesquisa que não necessariamente estes empreendem em sua área de formação. Contudo, é possível observar que há uma lacuna na região estudada em termos de empreendedorismo em níveis mais especializados de mestres e doutores.

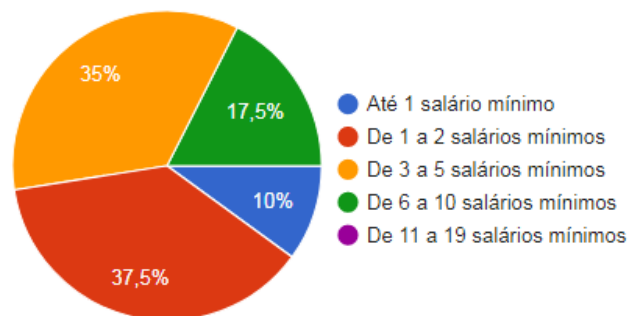
Baseado no salário mínimo atual de R\$937,00, é possível perceber que a faixa de renda mais recorrente entre os jovens entrevistados se divide de maneira relativamente proporcional entre as quatorze famílias que recebem entre 3 a 5 salários mínimos (35%) e as quinze famílias que recebem entre 1 a 2 salários mínimos (37,5%). Os dados sobre renda evidenciam que a maior parte dos entrevistados possuem renda familiar abaixo de 5 salários mínimos. Ao correlacionar esses dados sobre renda com os dados sobre fonte de financiamento, os quais serão apresentados posteriormente, é possível concluir que a renda é um fator limitante do empreendimento.

Gráfico 3. NÍVEL DE ESCOLARIDADE



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 4. RENDA FAMILIAR



Fonte: Elaborado pelo autor

Na correlação desses primeiros dados, percebe-se que o perfil dos jovens empreendedores estudados é formado predominantemente por homens com idade entre vinte e seis a trinta e cinco anos e que possuem uma renda familiar entre R\$937,00 a R\$4685,00, com escolaridade em sua maioria entre ensino médio e superior, não sendo encontrados empreendedores de nível de mestre e doutores.

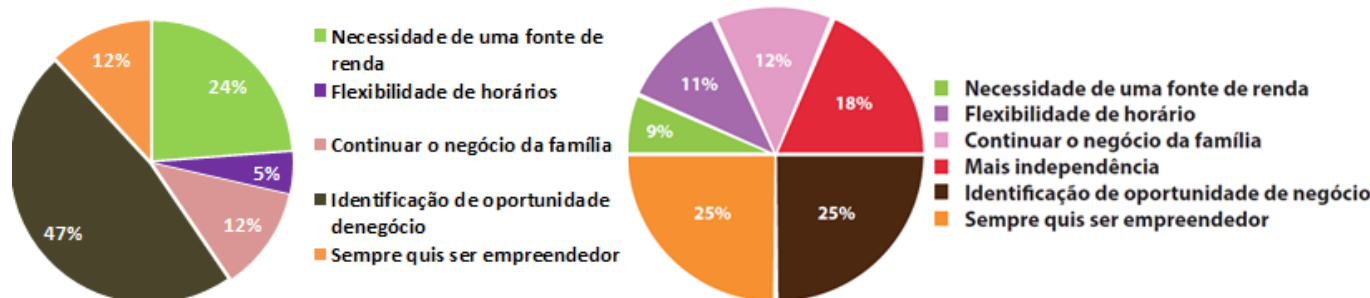
A íntegra do perfil dos empreendedores participantes da pesquisa encontra-se no apêndice, onde os dados estão tabulados individualmente mostrando idade, gênero, nível de escolaridade e renda familiar.

Uma vez estabelecida a identidade dos entrevistados, é possível fazer uma comparação entre a realidade do empreendedorismo jovem local e a do nível nacional. A partir dessa seção, os gráficos elaborados pelo autor aplicados na cidade serão posicionados à esquerda da página e os dados obtidos na pesquisa perfil do jovem empreendedor brasileiro realizada pela Confederação Nacional dos Jovens Empresários (Conaje 2016) são posicionados à direita para facilitar o entendimento da análise.

5.2 Motivos que levam os jovens a empreender

É digno de nota que a proporção dos empreendedores entrevistados que afirmam terem empreendido por identificação de uma oportunidade de negócio na cidade de Caraguatatuba é praticamente o dobro do padrão ocorrido nacionalmente, conforme observado no gráfico 5. Tal fenômeno pode ser explicado, entre outros fatores, pelo fato do Litoral Norte do estado de São Paulo atrair milhares de turistas na alta temporada e promoverem o aquecimento do mercado consumidor nesta época.

Gráfico 5. Porque decidiu ser empreendedor?



Fonte: Elaborado pelo autor

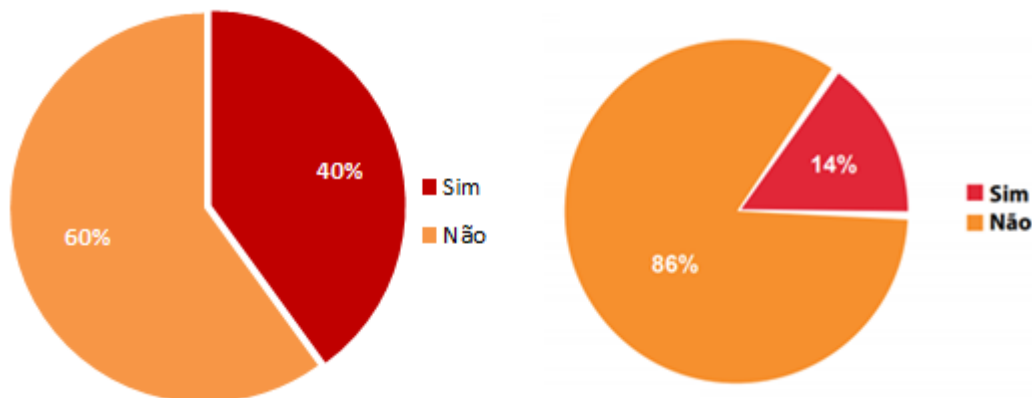
Fonte: Conaje 2016

Por outro lado o número de empreendedores por necessidade de uma fonte de renda no município (24%) é consideravelmente maior do que o percebido nacionalmente (9%), explicitando a realidade de que diversos jovens da cidade não

conseguem se inserir formalmente no mercado de trabalho e percebem no ato de empreender uma alternativa viável, porém sem preparação e experiência.

É possível verificar a relevância das empresas familiares na região em que 12% dos entrevistados afirmaram continuar o negócio da família. Contudo o número de jovens que sempre quiseram ser empreendedores (12%) é menor que o constatado nacionalmente (25%) logo é possível inferir a necessidade do fomento ao empreendedorismo desde a educação básica para mudança desse aspecto.

Gráfico 6. Preparação para empreender durante idade escolar

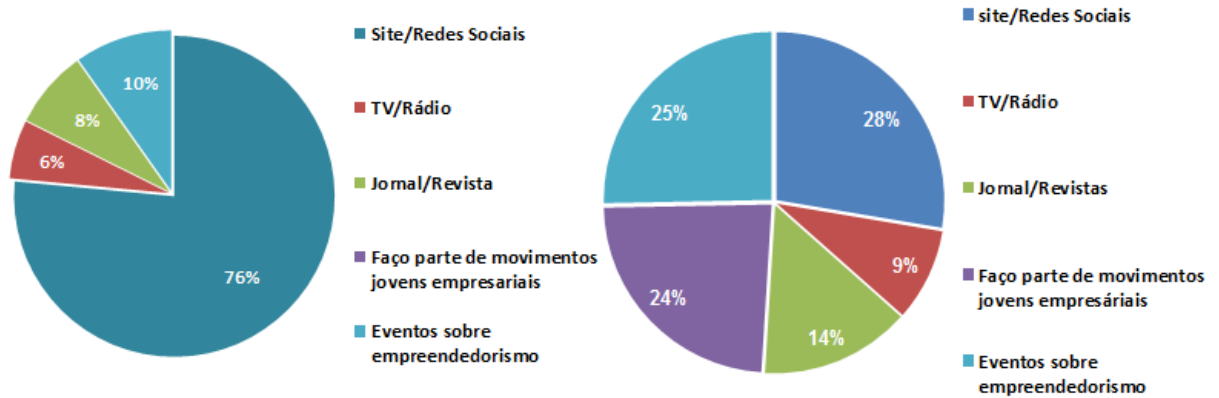


Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

A necessidade de incentivo à educação empreendedora fica evidente ao se observar a falta de qualificação para empreender entre os jovens tanto no município quanto nacionalmente. Conforme o Gráfico 6 mostra, a grande maioria dos entrevistados (60%) afirmam não terem se preparado para empreender durante a idade escolar em Caraguatatuba. Este índice é sensivelmente menor do que o nível nacional (86%), porém, por si só este fato não é digno de celebração, e sim se o quadro fosse o oposto, que a maioria dos jovens possuísse um embasamento de uma educação empreendedora ao abrir um negócio desde o ensino básico.

Gráfico 7. Conectividade com o mundo empreendedor



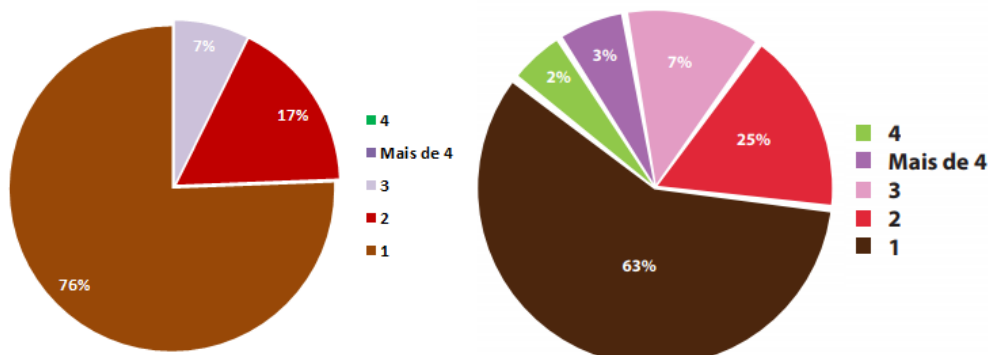
Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

Conforme o gráfico 7 a grande maioria dos jovens empreendedores busca uma conectividade com o empreendedorismo através de Site/Redes sociais no município (76%) número maior que o encontrado nacionalmente (28%), onde é possível encontrar materiais de livre acesso a informações, rápidas e práticas, e a promoção de uma inserção social. É possível observar a carência de movimentos jovens empresariais organizados na região e é necessário o incentivo de eventos empresariais, pois apenas quatro participantes relataram se conectar ao mundo empreendedor por esse meio.

Através da análise do gráfico 8 afirma-se que os jovens entrevistados que empreendem possuem, em sua grande maioria, apenas uma empresa aberta (76%) em Caraguatatuba, seguido dos que afirmam possuírem duas empresas em operação (17%) números proporcionalmente próximos ao contexto da realidade nacional.

Gráfico 8. Número de empresas que possui

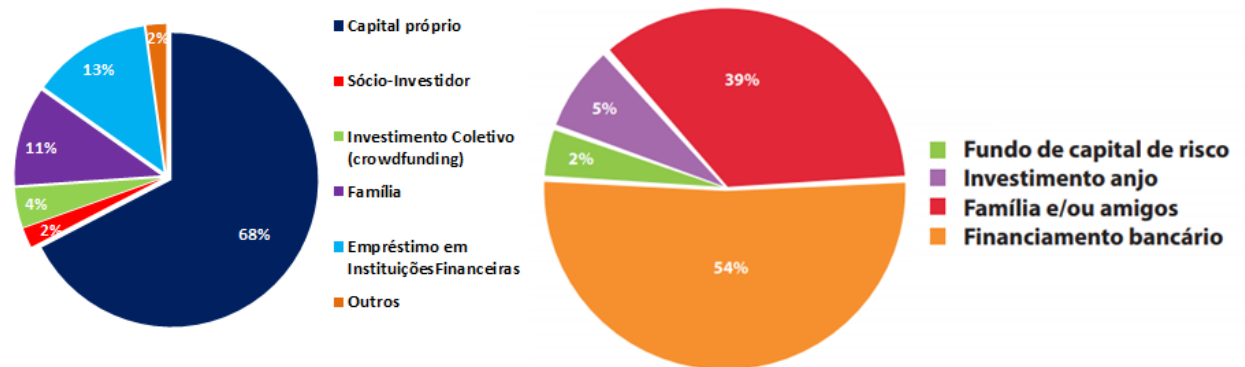


Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

Entre os jovens de Caraguatatuba, que buscaram uma fonte de financiamento para abertura da empresa, sessenta e oito por cento (68%) afirmam terem recorrido ao capital próprio, seguido dos empréstimos em instituições financeiras (13%) e recursos familiares (11%). Desta maneira, fica evidente a renda familiar se torna um fator limitante às operações empresariais, pois somados 79% dos entrevistados relatam terem dependido de capital próprio e de familiares no ato da fundação da empresa, conforme observado no gráfico 9.

Gráfico 9. Principal fonte de financiamento no ato da fundação da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

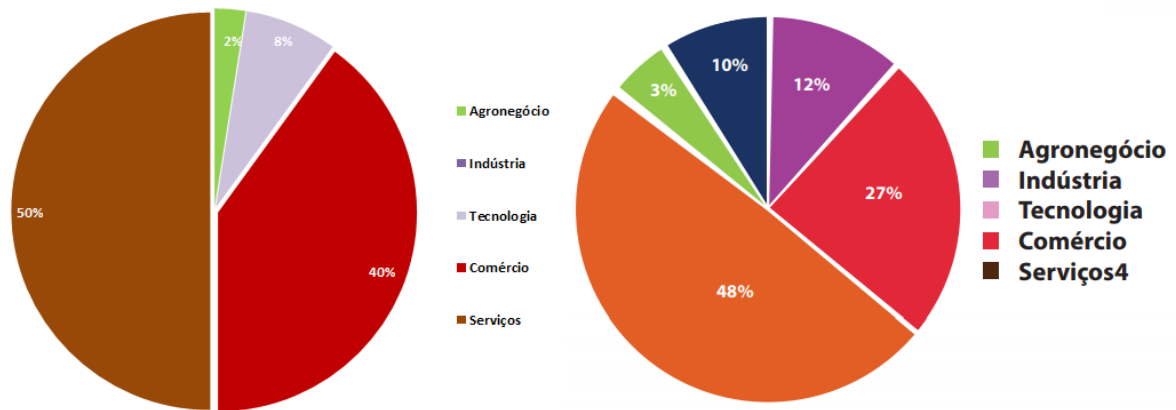
Fonte: Conaje 2016

No nível nacional é possível observar a predominância do financiamento bancário (54%). Desta maneira o investimento com capital próprio, praticado entre os jovens entrevistados em Caraguatatuba, proporciona maior estabilidade à organização referente às suas obrigações financeiras, contudo atua como fator limitante ao alavancamento no mercado consumidor.

5.3 Características das empresas

Predominantemente na cidade do Litoral Norte do Estado de São Paulo estudada, o setor de serviços se destaca entre os participantes da pesquisa, metade dos participantes afirmam atuar nesse segmento, seguido dos que afirmam atuar no setor do comércio (40%) acompanhando, assim, a tendência nacional de 48% das empresas serem do segmento de serviços e 27% do comércio, explicitando a importância destes segmentos empresariais em uma região com forte apelo ao turismo, conforme observado no gráfico 10 seguinte.

Gráfico10. Segmento da empresa

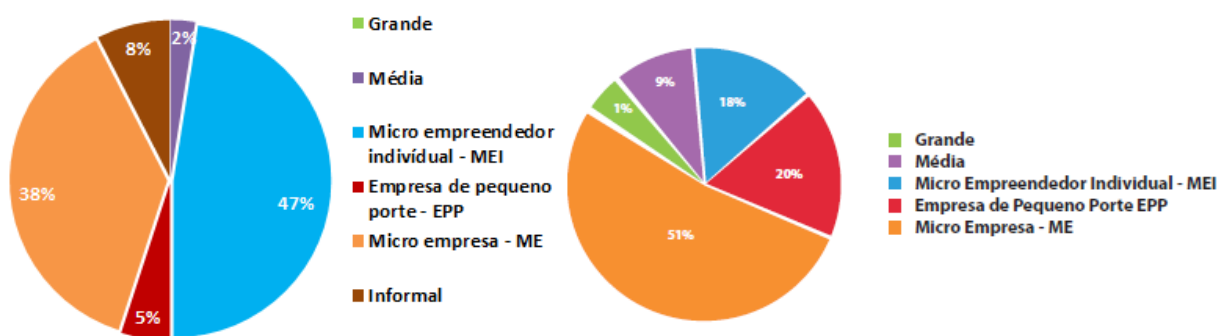


Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

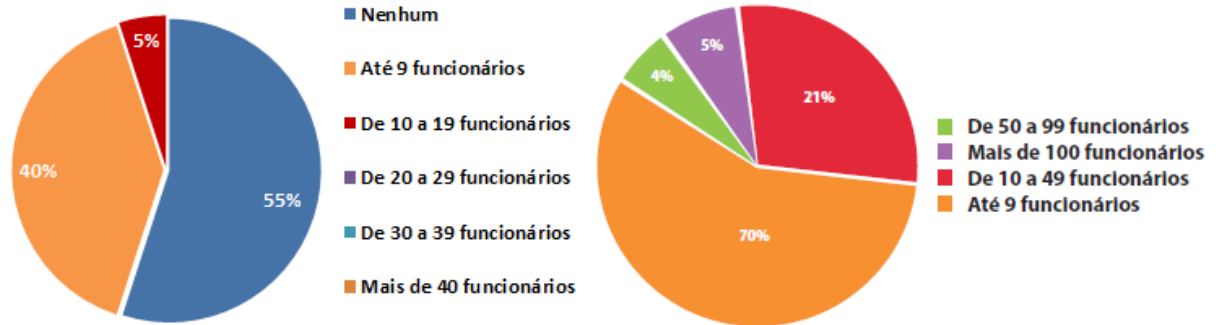
Quando analisado o porte da empresa exposto no gráfico 11 pode-se observar que a maioria dos jovens entrevistados em Caraguatatuba trabalham como micros empreendedores individuais (47%) ou possuem uma micro empresa (38%). Este cenário municipal mostra que parte representativa da população busca se tornar sua própria fonte de renda e emprego através do empreendedorismo individual.

Gráfico 11. Porte da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

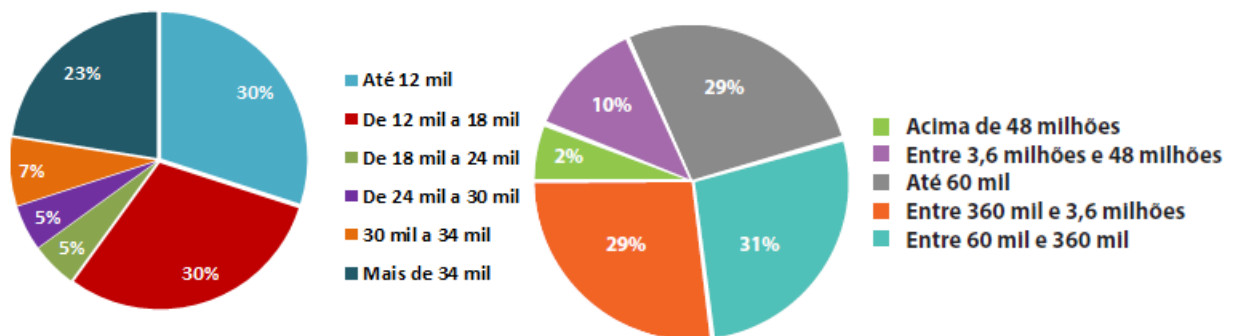
Fonte: Conaje 2016

Gráfico 12. Número de funcionários

Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

O fato dos jovens empreendedores estudados de Caraguatatuba serem predominantemente micro empreendedores individuais é corroborado pela maioria dos entrevistados (55%) não possuírem nenhum funcionário, mesmo sendo possível o micro empreendedor individual possuir até um empregado, seguido dos que possuem até nove funcionários (40%) conforme gráfico 12. No nível nacional a grande maioria das empresas dos jovens empreendedores (70%) empregam até 9 funcionários e 21% empregam de 10 a 49 funcionários.

Gráfico 13. Faturamento anual bruto

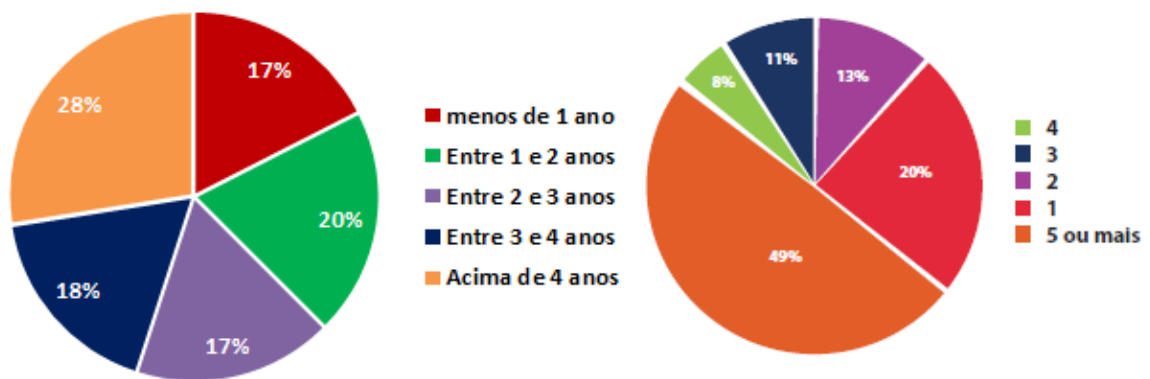
Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

O faturamento anual bruto mais frequentemente relatado entre os entrevistados na cidade foi um faturamento de doze a dezoito mil reais anuais (30%) e os que afirmam receber até doze mil reais (30%) e finalmente a faixa dos que afirmam receber acima de trinta e quatro mil reais anuais que representam 23% dos entrevistados conforme gráfico 13. O faturamento anual dos jovens empresários municipais fica muito abaixo da média nacional pesquisada.

No gráfico 14 referente à idade das empresas dos jovens em Caraguatatuba entrevistados é possível perceber um equilíbrio relativo referente a durabilidade das empresas. Dentre os entrevistados onze indivíduos (28%) afirmam possuir a empresa há mais de quatro anos, oito empresários afirmam possuir a empresa entre dois e três anos (20%), sete dos respondentes relatam possuir a empresa entre três e quatro anos (18%), e finalmente os que afirmam possuir a empresa com menos de um ano e entre um e dois anos representam 17% cada parcela com sete representantes. Todas as alternativas referentes à idade da empresa foram relatadas pelos participantes o que demonstra um indício de estabilidade relativa nas práticas empresariais. No contexto nacional as empresas mostram estarem se tornando mais estáveis e duradouras devido a maioria (49%) terem cinco anos ou mais.

Gráfico 14. Idade da empresa

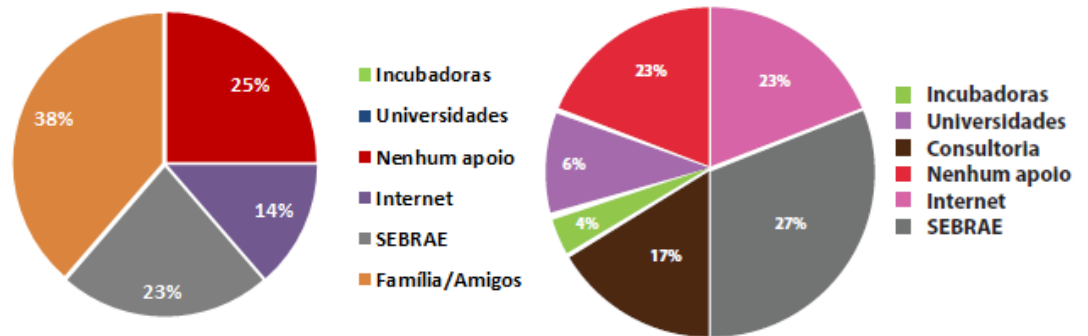


Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

5.4 Principais dificuldades

Quanto ao fato de buscar apoio para abertura ou crescimento da empresa, exposto no gráfico 15, pode-se observar que os jovens empreendedores de Caraguatatuba entrevistados buscaram apoio de familiares ou amigos (38%) em segundo lugar na frequência estão os que buscaram apoio no SEBRAE (23%) seguidos dos que tem como apoio apenas na Internet (14%) ou nenhum apoio (25%).

Gráfico 15. Busca de apoio para abertura ou crescimento da empresa

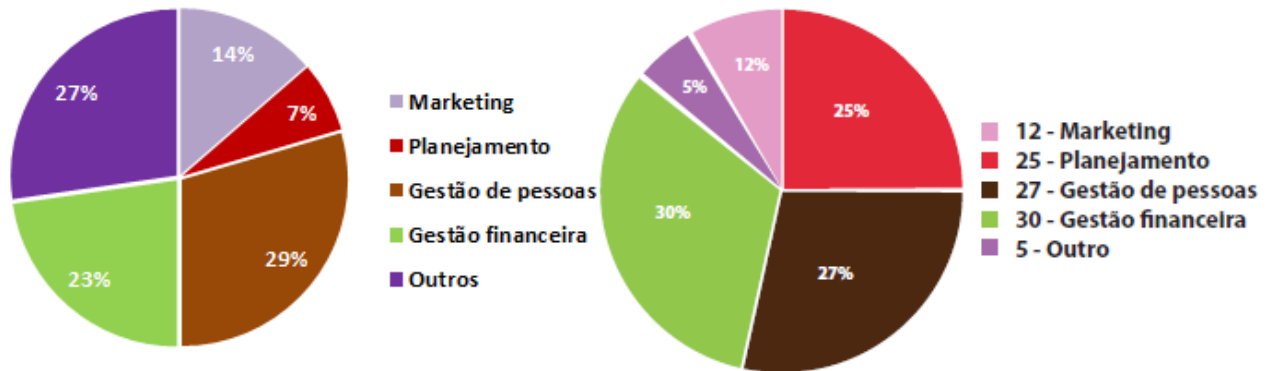
Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

Embora haja universidades na cidade que poderiam fornecer instrumentos valiosos de gestão este apoio é pouco explorado segundo os entrevistados por que não houve busca de apoio nas universidades e foi constatada a carência de incubadoras e aceleradoras empresariais na região.

Em comparação com o nível nacional 27% da amostra estudada utiliza o SEBRAE como base para o auxílio e 23% dos jovens não buscaram nenhum tipo de apoio, enquanto o mesmo percentual buscou apoio através da internet. Desta maneira a internet demonstra-se como um importante nicho de apoio para empresas e organizações.

As principais dificuldades apontadas pelos jovens empresários estudados de Caraguatatuba foram distintas devido aos diversos segmentos de atuação dos estudados. Em comum, pode-se observar no gráfico seguinte a prevalência da dificuldade na gestão de pessoas (29%) seguido da gestão financeira (23%), dificuldades em relação ao marketing (14%) e outras dificuldades internas (27%). No nível nacional a grande dificuldade é a gestão financeira (30%) seguido da gestão de pessoas (27%).

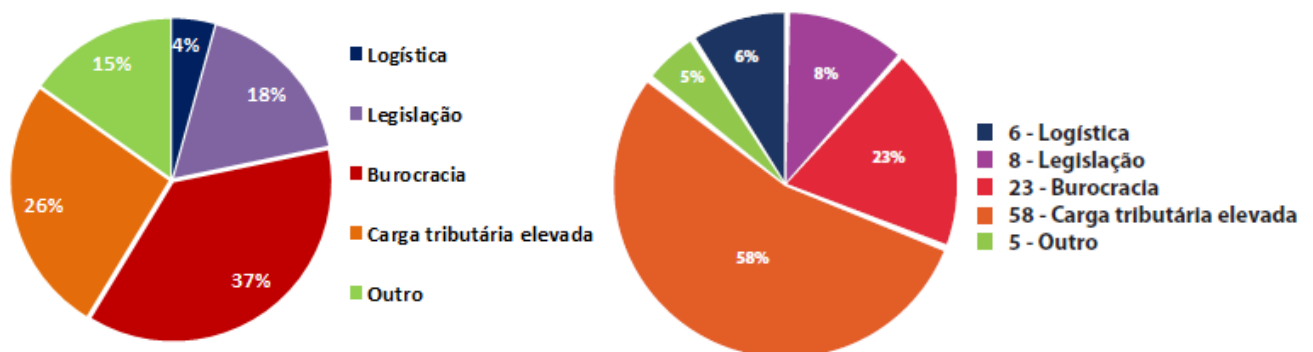
Gráfico 16. Principal dificuldade na gestão interna da empresa

Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

Foi relatado anteriormente no gráfico 6 que a grande maioria dos entrevistados não se prepararam para empreender durante o período escolar, representados por vinte e quatro participantes (60%), estes não acreditam que tal falta de preparação afete o desempenho de suas atividades empresariais, pois apenas três empresários (7%) relataram, na questão 16, a falta de planejamento como principal dificuldade interna.

Conforme observado no próximo gráfico (17) os principais desafios relatados na pesquisa pelos empreendedores jovens são a excesso de burocracia (37%) para exercer a atividade empresarial e a carga tributária elevada (26%) que impacta diretamente em suas operações e no faturamento da empresa, a legislação (18%) que atua como um fator relevante ao desenvolvimento dos negócios. Um dos fatores mais citados na resposta “outro” está relacionado à concorrência.

Gráfico 17. Principal desafio externo

Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Conaje 2016

No nível nacional os principais desafios externos encontrados pelo jovem empreendedor hoje são: carga tributária elevada (58%) seguida por burocracia

(23%). Estes fatores carecem de políticas públicas mais favoráveis ao investimento e facilitação na abertura de empresas, as quais são responsáveis por grande geração de empregos e renda.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho procurou estabelecer um perfil e abordar as principais dificuldades encontradas pelos jovens empresários de Caraguatatuba. Foi constatado que a maioria dos participantes encontrados com o perfil desejado para a realização deste estudo foram: homens com idade entre vinte e seis a e trinta e cinco anos, com escolaridade de ensino médio e superior. Como dado obtido, no ato da coleta de dados, foi constatado que a maioria dos participantes com nível de pós-graduação e de nível superior não necessariamente empreendem em sua área de formação.

Os jovens empreendedores participantes do estudo mostraram majoritariamente ter como motivação para empreender o fato de terem identificado uma oportunidade de negócios; segundo seu relato, porém, não se prepararam para o empreendedorismo. Buscavam se conectar com o mundo empreendedor através de redes sociais e sites na internet, sendo descartadas fontes valiosas de informações como universidades existentes na região.

As empresas estudadas são predominantemente do segmento de serviços e comércio e no ato da fundação da empresa foram investidos principalmente recursos próprios e de familiares. Desta maneira, a renda familiar acaba por se tornar a fonte expressiva de financiamento das operações das empresas entrevistadas atuando, assim, como fator limitante ao crescimento das mesmas.

Em sua maioria os jovens empreendedores entrevistados são micros empreendedores individuais (MEI) que possuem apenas uma empresa e, em sua maioria, não possuem empregados, mesmo havendo a possibilidade de como MEI possuírem até um funcionário.

Os principais desafios internos e externos mais frequentemente relatados pelos jovens empresários entrevistados foram: dificuldade na gestão de pessoas, falhas na gestão financeira, excesso de burocracia e a carga tributária elevada, os quais impactam diretamente em suas operações e no faturamento da empresa.

A respeito do faturamento das empresas entrevistadas houve variação entre os que afirmam receber de doze mil reais até acima de trinta e quatro mil reais anuais, com concentração maior na faixa de doze mil até dezoito mil reais por ano. Ao buscar apoio para abertura ou crescimento da empresa os entrevistados relataram que recorrem à família e ao SEBRAE em sua maioria e tem como

principais dificuldades a gestão de pessoas, burocracia, carga tributária elevada e a concorrência.

Uma vez estabelecido o perfil e havendo conhecimento das motivações para empreender, sendo identificados os principais desafios encontrados pelos jovens empreendedores de Caraguatatuba e levantadas as principais lacunas e semelhanças entre o empreendedorismo jovem municipal e o nacional torna-se possível serem realizadas ações, projetos e serem cobradas políticas públicas municipais de incentivo para os futuros jovens empresários do município.

Contudo, para serem realizadas tais políticas, é necessária uma integração das informações disponíveis no SEBRAE, associações comerciais, sindicatos, prefeitura municipal e demais interessados com o objetivo de ser criado um cadastro comum dos jovens empreendedores da cidade, como ponto de partida. Devido ao fato de haver informações disponíveis nestas organizações, porém isoladas e não tabuladas.

Estas informações em futuros estudos poderiam aprofundar e ampliar o entendimento do empreendedorismo jovem na cidade de Caraguatatuba, podendo, assim, atuar como instrumento para diminuir as lacunas encontradas, em comparação com o empreendedorismo jovem nacional.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, G. (2007). Dimensões da Reestruturação Produtiva Ensaios de Sociologia do Trabalho. Londrina: Praxis.

BATALHA, M. O.; DEMORI, F. (1990). A pequena e média indústria em Santa Catarina. Florianópolis, UFSC.

BESSANT, Jonh; TIDD, Joe. (2009). Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.

CAMPOS, Vicente Falconi. TQC – Controle da Qualidade Total. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1992.

CHÉR, R. A gerência das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las. Maltese, São Paulo, 1990.

CIMADON, J. E. (2008). EMPREENDEDORISMO NA GESTÃO DE EMPRESAS CRIADAS POR NECESSIDADE. UFSM.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS JOVENS EMPRESÁRIOS (2016). Relatório: Perfil do jovem empreendedor brasileiro.

Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores . (2017). Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2016. Curitiba.

COUTINHO, L.; FERRAZ, J. C. (1995). Estudo da competitividade da indústria brasileira. Campinas, SP, Papyrus.

DORNELAS, J. C. (2016). EMPREENDEDORISMO Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier.

FILION, L. J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. RAE – Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, jul/set 1991, vol. 31, n. 3, p 63-71, 1991.

FREITAS, H, OLIVEIRA, M, SACCOL, A. Z, MOSCAROLA, J. O método de pesquisa. Revista de Administração. São Paulo, v. 35 - n. 3, p. 105-112/setembro 2000.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.

GIMENEZ, F. A. P. (1998). Comportamento estratégico dos dirigentes de pequenas

empresas moveleiras de Londrina-PR. Dissertação (Mestrado). São Paulo, FEA-USP.

GOMES, D. C. et al Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. *Holos*, v. 5, ano 30, p. 324-330, 2014

GOULART, MARCOS VINICIUS da SILVA; SANTOS, NAIR IRACEMA SILVEIRA dos Protagonismo juvenil e capital humano: uma análise da participação política da juventude. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 50, n. 2, p. 127-136, 2014.

HISRICH Robert D.; PETERS Michael P. ; SHEPHERD Dean A. (2014). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman.

KON, A. (Maio de 1997). *Reestruturação Produtiva e Terciarização no Brasil*. Nova Economia.

LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E.L.C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. In: *Revista de Ciências da Administração*, v. 11, n. 24, mai/ago–p.246-277. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-2009,p.8077.2009v11n24p246/12623>. Acesso em 12/08/2017

MATTAR, F. N. *Pesquisa de Marketing*. Volume 1, Atlas, São Paulo, 1993 Marketing. Quatum, nº 49, ano 5, setembro, 2001.

OLIVEIRA, M. A. (2004). *E AGORA, JOSÉ? Guia para quem quer buscar emprego, mudar de trabalho, montar um negócio ou repensar sua carreira*. São Paulo: SENAC.

PINHEIRO, M (1996). *Gestão e desempenho das empresas de pequeno porte*. Tese (Doutorado). São Paulo, FEA-USP.

RAM – REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE, V. 9, N. 8, Edição Especial • NOV./DEZ. 2008.

Roberts ,E.B (1991) *Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and beyond*. Oxford University Press, Oxford.

SERAFIM, M.C. *Religião e o “Espírito” Empreendedor*. Rio de Janeiro: XXXII Encontro da ANPAD, 2008.

TERENSE, A. C. (2002). Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento. Tese USP escola de engenharia São Carlos.

WEBER, M. A ética protestante e o “espírito” do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. Metodologia da pesquisa. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006.

ANEXO

Questionário

Identidade do Jovem Empreendedor

2. Qual a sua idade? **Marcar apenas uma oval.*

- 18 a 20 anos
 21 a 25 anos
 26 a 30 anos
 31 a 35 anos
 35 a 39 anos

3. Qual o seu sexo? **Marcar apenas uma oval.*

- Masculino
 Feminino

4. Qual o seu nível de escolaridade? **Marcar apenas uma oval.*

- Ensino fundamental
 Ensino médio
 Ensino superior
 Pós-graduação
 Mestrado
 Doutorado

5. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- Até 1 salário mínimo
 De 1 a 2 salários mínimos
 De 3 a 5 salários mínimos
 De 6 a 10 salários mínimos
 De 11 a 19 salários mínimos

Motivos que levam os jovens a empreender

6. Por que decidiu ser empreendedor? **Marque todas que se aplicam.*

- Necessidade de uma fonte de renda
 Flexibilidade de horários
 Continuar o negócio da família
 Identificação de oportunidade de negócio
 Sempre quis ser empreendedor

7. Você se preparou para empreender durante a idade escolar? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

8. Como você se conecta com o mundo empreendedor? *

Marque todas que se aplicam.

- Site/Redes Sociais
- Eventos sobre empreendedorismo
- Jornal/Revista
- TV/Rádio
- Faço parte de movimentos jovens empresariais

9. Qual o número de empresas você possui? *

Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- Mais de 4

10. Qual a principal fonte de financiamento utilizadas no ato da fundação da empresa? *

Marque todas que se aplicam.

- Capital próprio
- Família
- Sócio-Investidor
- Investimento Coletivo (crowdfunding)
- Empréstimo em Instituições Financeiras
- Outros

Características das empresas

11. Qual o segmento da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Agroindústria
- Indústria
- Tecnologia
- Comércio
- Serviços

12. Qual o porte da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Informal
- Micro Empreendedor Individual - MEI
- Micro Empresa - ME
- Empresa de Pequeno Porte - EPP
- Média
- Grande Empresa

13. Qual o número de funcionários? *

Marcar apenas uma oval.

- Nenhum
- Até 9 funcionários
- De 10 a 19 funcionários
- De 20 a 29 funcionários
- De 30 a 39 funcionários
- Mais de 40 funcionários

14. Qual o faturamento anual bruto? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 12 mil
- De 12 mil a 18 mil
- De 18 mil a 24 mil
- De 24 mil a 30 mil
- 30 mil a 34 mil
- Mais de 34 mil

15. Qual a idade da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- menos de 1 ano
- Entre 1 e 2 anos
- Entre 2 e 3 anos
- Entre 3 e 4 anos
- Acima de 4 anos

Principais dificuldades**16. Você buscou apoio para abertura ou crescimento da empresa? ***

Marque todas que se aplicam.

- SEBRAE
- Internet
- Universidades
- Incubadoras
- Família/Amigos
- Nenhum apoio

17. Qual as principais dificuldade na gestão interna da empresa? *

Marque todas que se aplicam.

- Marketing
- Planejamento
- Gestão de pessoas
- Gestão financeira
- Outros

18. Qual os principais desafios externos? *

Marque todas que se aplicam.

- Logística
- Legislação
- Burocracia
- Carga tributária elevada
- Outro

APÊNDICE

Tabela 2. Identidade do jovem empreendedor

NÚMERO	1. IDADE	2. GÊNERO	3. NÍVEL DE ESCOLARIDADE	4. RENDA FAMILIAR
1	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
2	31 a 35 anos	Feminino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
3	31 a 35 anos	Masculino	Ensino médio	Até 1 salário mínimo
4	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 6 a 10 salários mínimos
5	31 a 35 anos	Masculino	Ensino fundamental	De 1 a 2 salários mínimos
6	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
7	18 a 20 anos	Masculino	Ensino fundamental	De 1 a 2 salários mínimos
8	31 a 35 anos	Masculino	Ensino fundamental	Até 1 salário mínimo
9	31 a 35 anos	Masculino	Ensino médio	De 3 a 5 salários mínimos
10	35 a 39 anos	Masculino	Ensino superior	De 6 a 10 salários mínimos
11	26 a 30 anos	Masculino	Pós-graduação	De 3 a 5 salários mínimos
12	26 a 30 anos	Masculino	Pós-graduação	De 3 a 5 salários mínimos
13	35 a 39 anos	Masculino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
14	26 a 30 anos	Feminino	Ensino médio	De 3 a 5 salários mínimos
15	18 a 20 anos	Masculino	Ensino médio	De 3 a 5 salários mínimos
16	21 a 25 anos	Masculino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
17	35 a 39 anos	Masculino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
18	21 a 25 anos	Feminino	Ensino superior	De 1 a 2 salários mínimos
19	26 a 30 anos	Masculino	Ensino fundamental	De 1 a 2 salários mínimos
20	26 a 30 anos	Masculino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
21	31 a 35 anos	Feminino	Ensino médio	De 3 a 5 salários mínimos
22	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
23	26 a 30 anos	Masculino	Ensino médio	De 3 a 5 salários mínimos
24	21 a 25 anos	Masculino	Ensino médio	Até 1 salário mínimo
25	31 a 35 anos	Feminino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
26	21 a 25 anos	Feminino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
27	35 a 39 anos	Feminino	Ensino superior	De 6 a 10 salários mínimos
28	26 a 30 anos	Masculino	Ensino médio	De 6 a 10 salários mínimos
29	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 6 a 10 salários mínimos
30	21 a 25 anos	Masculino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
31	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 3 a 5 salários mínimos
32	26 a 30 anos	Feminino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
33	21 a 25 anos	Masculino	Ensino fundamental	De 1 a 2 salários mínimos
34	26 a 30 anos	Feminino	Ensino fundamental	De 1 a 2 salários mínimos
35	31 a 35 anos	Masculino	Ensino superior	De 6 a 10 salários mínimos
36	26 a 30 anos	Feminino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
37	31 a 35 anos	Masculino	Ensino fundamental	Até 1 salário mínimo
38	35 a 39 anos	Masculino	Pós-graduação	De 3 a 5 salários mínimos
39	26 a 30 anos	Feminino	Ensino médio	De 1 a 2 salários mínimos
40	18 a 20 anos	Masculino	Ensino médio	De 6 a 10 salários mínimos

Fonte: Elaborado pelo autor