

# JOVENS UNIVERSITÁRIOS EMPREENDEDORES: UM ESTUDO EM SERGIPE

## YOUNG ENTREPRENEURS UNIVERSITIES: A STUDY IN SERGIPE

Jessica Santana dos Santos<sup>\*</sup>  
Rúbia Oliveira Corrêa<sup>\*\*</sup>  
Thiago Cesar Bezerra Moreno<sup>\*\*\*</sup>  
Deise Araujo das Chagas<sup>\*\*\*\*</sup>  
Alcione Fonseca Rodrigues<sup>\*\*\*\*\*</sup>

### RESUMO

Os jovens empreendedores estão presentes no mercado e cumprem um papel na economia nacional. Este estudo objetivou analisar os motivos pessoais, as adversidades enfrentadas e o apoio institucional que fomentam o empreendedorismo dos jovens universitários de Sergipe. Esta pesquisa classifica-se como qualitativa e de caráter exploratório, cuja estratégia adotada foi a pesquisa de campo, utilizando-se da técnica de análise de conteúdo para tratar os dados coletados em entrevista com roteiro semiestruturado. Participaram da pesquisa sete jovens universitários, empreendedores e sergipanos. Os resultados evidenciaram diferentes motivações que os levaram a empreender. O capital inicial destacou-se como uma das grandes dificuldades enfrentadas pelos entrevistados no início dos seus empreendimentos, os quais, em sua grande maioria, iniciaram seus negócios sem o auxílio de órgãos de apoio ao empreendedor. Isso mostra que criar negócio é uma opção para superar os obstáculos encontrados na busca por emprego.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Universitários. Motivação.

### ABSTRACT

Young entrepreneurs are present in the market and play a role in the national economy. This study aimed to analyze the personal reasons, the adversities faced and the institutional support that fosters the entrepreneurship of young university students in Sergipe. This research is classified as qualitative and exploratory, whose strategy adopted was field research, using the technique of content analysis to treat the data collected in interviews with a semi-structured script. seven young university students, entrepreneurs and Sergipe participated in the research. The results showed different motivations that led them to undertake. The initial capital stood out as one of the great difficulties faced by the interviewees at the beginning of their ventures, which, for the most part, started their businesses without the help of support agencies for the entrepreneur. Evidencing that creating a business is an option to overcome the obstacles encountered in the search for a job.

**Keywords:** Entrepreneurship. University Students. Motivation.

---

\* Universidade Federal de Sergipe. [jessicasantana.ds@gmail.com](mailto:jessicasantana.ds@gmail.com)

\*\* Universidade Federal de Sergipe. [rubia.correa@academico.ufs.br](mailto:rubia.correa@academico.ufs.br)

\*\*\* Universidade Estadual do Oeste do Paraná. [tmoreno2@gmail.com](mailto:tmoreno2@gmail.com)

\*\*\*\* Universidade Federal de Sergipe. [deiseachagas@gmail.com](mailto:deiseachagas@gmail.com)

\*\*\*\*\* Universidade Federal de Sergipe. [alcionef28@gmail.com](mailto:alcionef28@gmail.com)

## **Introdução**

O empreendedorismo é considerado como toda e qualquer investida para a criação de um novo negócio ou novo empreendimento (GEM, 2018). É um tema que está se tornando progressivamente mais relevante para a sociedade, cujo interesse é crescente no Brasil e no mundo (PAIVA JUNIOR; CORDEIRO, 2002; DORNELAS, 2018). As pesquisas científicas sobre esse tema têm aumentado de forma considerável, gerando novos debates e novas perspectivas em relação à área. Armond e Nassif (2009) confirmam que, de fato, os estudos sobre o empreendedor conquistaram uma pauta de relevância inquestionável, no entanto, ressaltam que ainda há muito que se pesquisar nessa área.

Schumpeter (1982) destaca o quão são essenciais os empreendedores para o desenvolvimento econômico da sociedade, pois estes buscam novas percepções de oportunidades que podem ocasionar em vantagem competitiva, novas conquistas e inovações. Para o autor, o empreendedorismo fomenta novas necessidades, novos produtos e novas perspectivas para criação de mercados, ou seja, gera inovação, que é primordial para as organizações.

De acordo com o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2019), no Brasil, houve um aumento no empreendedorismo comparado com anos anteriores. Estima-se que haja 53,5 milhões de indivíduos brasileiros que estão conduzindo alguma atividade empreendedora, entre a faixa etária de 18 a 64 anos. Dentro dessa estimativa, os indivíduos jovens, de 18 a 34 anos, somam a porcentagem de 19,9% para empreendedores estabelecidos, empresas que funcionam por mais de 3,5 anos.

Os jovens, ainda em fase de formação acadêmica, muitas vezes se deparam com a necessidade de trabalhar e obter renda, contudo é uma fase inicial, em que está economicamente pouco ativo. Nesse sentido, o jovem empreendedor busca uma alternativa de renda e emprego, que possibilita inseri-lo no mercado profissional, trabalhando para si mesmo. Logo, o jovem enxerga no empreendedorismo uma forma de se inserir no mercado de trabalho.

Filion (1999) esclarece que o entendimento sobre particularidades dos empreendedores, por meio de estudos, pode fornecer contribuições para se tornarem opções de capacitação de possíveis empreendedores futuros. Da mesma forma, as instituições de ensino podem preparar seus alunos para além da profissão. Sendo assim, torna-se interessante saber quais razões que conduzem jovens a começar a empreender, por meio da compreensão do que os motiva, quais desafios e como conseguem apoio. Por

esta razão, este estudo pode contribuir com as universidades trazendo à luz percepções da realidade, possibilitando novas formas de preparar e apoiar esses jovens que buscam empreender durante a graduação.

Deste modo, esta pesquisa se aprofundou no processo empreendedor de jovens universitários residentes em Sergipe, questionando: **De que forma os motivos pessoais, as adversidades enfrentadas e o apoio institucional fomentam o empreendedorismo jovem entre universitários de Sergipe?**

Como objetivos específicos, buscou-se compreender o que motiva os jovens universitários sergipanos a empreender, entender as adversidades enfrentadas e identificar de que forma órgãos/instituições auxiliaram o início do empreendimento.

Para tanto, o presente trabalho foi estruturado da seguinte forma: introdução; seguida da fundamentação teórica; dos métodos utilizados; análise comparativa dos casos e, por fim, das considerações finais acerca dos resultados.

## **1 Fundamentação Teórica**

O empreendedorismo é considerado como toda e qualquer investida para a criação de um novo negócio ou novo empreendimento (GEM, 2008). Dentro dessa perspectiva, podem ser considerados como empreendedorismo, por exemplo, a criação de uma empresa, uma atividade autônoma, ou a ampliação de uma organização já existente, seja por uma pessoa, grupos de pessoas ou por empresas já estabelecidas.

Já para Drucker (1985), o empreendedorismo não está relacionado a ser, nem é definido através de planejamentos que não são colocados em prática. Para o autor, o empreendedorismo toma partido com uma iniciativa, que será o desenvolvimento inicial de uma nova organização. Dessa maneira, essa empresa poderá ter sucesso ou não, porém, independente do êxito, quando a pessoa cria uma empresa, dá a partida ao empreendedorismo.

A partir do pressuposto de que as empresas têm função social e que seu desenvolvimento é necessário para manter o bem-estar das pessoas, da economia e do País, é relevante buscar meios para promover novos empresários. Nesse sentido, o público jovem, por estar em fase de desenvolvimento, pode ter motivos específicos para empreender e, portanto, ser o público-alvo em temas como empreendedorismo.

## **1.1 Empreendedorismo Jovem**

Os jovens empreendedores, segundo classificação de Bulgacov *et al.* (2011), são pessoas empreendedoras que estão com idade entre 18 e 24 anos. Há outros autores que classificam o empreendedorismo jovem de forma ampla, como Zouain, Oliveira e Barone (2007), que estabeleceram de forma mais abrangente os jovens empreendedores, sendo eles indivíduos que têm entre 18 e 34 anos de idade.

A habilidade do jovem em empreender é mais do que iniciar uma empresa (TEIXEIRA *et al.*, 2011). Para os autores, para um resultado agradável, o conhecimento prévio e experiência são fundamentais. Elementos como observar uma oportunidade no mercado, bem como a existência de capacidade empreendedora e experiência prática, fazem com que a criação do empreendimento se torne mais eficiente, ampliando a chance de consolidação do negócio.

## **1.2 Motivações para empreender quando jovem**

Os jovens também iniciam novos negócios. Em razão da idade, o perfil apresenta experiências reduzidas, contudo, apesar das adversidades, empreender tem sido uma escolha para entrar no mercado.

Para Filion (1999), Pereira e Santos (1995) e Dolabela (1999), há uma chance maior de o indivíduo desenvolver atividades empreendedoras se existir um exemplo empreendedor no seu âmbito social ou em sua família. Assim como Lima Filho, Sproesser e Martins (2009) esclarecem algumas questões, explicando que há uma influência maior aos jovens para o empreendedorismo por motivação da família, quando há o interesse de sucessão familiar.

Teixeira *et al.* (2011) corroboram com essa perspectiva, ao afirmarem que a família antecede qualquer outro grupo sociável em que irá se incluir, tendo um papel motivador muito presente, principalmente quando a família possui empreendimento ou características empreendedoras. Julien (2010) acredita que o ambiente social em que o indivíduo está inserido pode influenciar no seu empreendimento, já que o empreendedor tem interesses individuais, família, amigos, círculos e gostos diversos. Jesus e Santos (2020) também destacam a influência dos familiares que perpetuavam práticas e perspectivas empreendedoras.

Já Carvalho, Leão e Teixeira (2012), em suas pesquisas sobre motivações que incentivaram o jovem empreendedor a iniciar uma organização, chegaram à conclusão de que o aproveitamento de uma nova oportunidade se apresentou como influência mais persistente. Outros fatores como realização individual, busca de prosperidade financeira e oportunidade de negócio também estão entre as motivações (RIBEIRO; TEIXEIRA, 2012).

De acordo com o GEM (2018), os empreendedores que iniciaram sua atividade devido a uma oportunidade no mercado são os indivíduos que, quando questionado durante a entrevista de campo a que foram submetidos, afirmaram terem criado o empreendimento, especialmente por terem observado uma oportunidade de negócio realizável a ser executada no âmbito em que estavam inseridos.

Borges, Filion e Simard (2008) realizaram um levantamento de dados com oitenta e nove jovens canadenses e notaram o aproveitamento de oportunidades como principal razão que direcionou os jovens empreendedores, sem falar da relação com a chance de iniciar uma empresa e a concretização do sonho ou objetivo pessoal, exercendo assim a satisfação em realizar.

Teixeira *et al.* (2011) sinalizam a relevância de criar políticas públicas que agreguem e colaborem para a prática empreendedora, onde a busca por oportunidades pode ser incentivada por meio das ações governamentais e das instituições públicas. A necessidade também pode ser um fator motivacional, segundo o GEM (2018), os que empreendem por necessidade são aqueles que iniciaram o negócio devido à falta de outras oportunidades de mercado para gerar renda e ocupação.

De acordo com Tokman, Corrochano e Gouvêa (2003), para os jovens de baixa renda que provêm de lares mais carentes, a insegurança ao fracasso no mercado é mais amedrontadora do que em indivíduos com rendas superiores, embora possa eventualmente ser a única opção.

Teixeira *et al.* (2011) declaram que a falta de empregos tradicionais faz com que os jovens busquem no empreendedorismo uma alternativa para obter trabalho e renda. Em outra linha Brasil, Brasil e Nogueira (2013), ensinam a necessidade de romper a ideia tradicional de que o emprego formal é a única forma de se inserir no mercado de trabalho.

### **1.3 Adversidades para o jovem empreendedor**

Iniciar algo novo não é tarefa simples para qualquer pessoa. Para os jovens, a idade, o período de formação acadêmica e a falta de experiência são fatores que podem surgir como adversidades. Nessa perspectiva, destacam-se: condição financeira, dificuldade de gerenciar, burocracia e pouca experiência.

Sendo assim, Dornelas (2018) afirma que muitos jovens empreendedores não detêm capital necessário para começar com seu negócio e a falta de apoio financeiro torna mais difícil a trajetória desses jovens. Brasil, Brasil e Nogueira (2013) apontam que também aparecem outras adversidades no estágio inicial, como a dificuldade em administrar um frenético crescimento do negócio e trabalhar a reputação da empresa junto aos consumidores. Borges, Filion e Simard (2008) indicaram dificuldades durante a elaboração de um plano de negócios e, também, ao dispor de recursos financeiros.

Quanto à burocracia, Jesus e Santos (2020) identificaram que muitos empreendedores jovens relataram dificuldades com a burocracia empresarial, como a falta de conhecimento no que se refere aos aspectos burocráticos fundamentais para a abertura de uma empresa. Os mesmos autores verificaram que a maior parte desses jovens empreendedores que foram entrevistados não estabeleceram um plano de negócios de forma prévia e não procuraram uma qualificação técnica para realizar sua atividade.

Logo, é possível afirmar que os jovens enfrentam dificuldades iniciais para empreender. Como já foi mencionado, isso se dá tanto pela falta de capital inicial e das condições socioeconômicas, quanto pela escassez do conhecimento relacionado aos aspectos burocráticos, ou até mesmo da pouca experiência no empreendedorismo.

### **1.4 Órgãos de apoio e instituições de ensino superior**

Diante das adversidades para empreender é interessante que o jovem se prepare. No Brasil existem instituições de apoio às pequenas empresas, com o papel de facilitar e preparar para esse começo. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – trabalha para estimular o empreendedorismo em todo território nacional, desenvolvendo e capacitando o micro e pequeno empresário, desde 1972.

De acordo com Toyoshima (1999, p. 98), o papel principal das instituições de apoio “é o de reduzir as incertezas existentes no ambiente, criando estruturas estáveis que regulem a interação entre os indivíduos”. Um dos exemplos desse tipo de apoio é o

Conselho de Jovens Empreendedores – CJE, que é classificado, segundo Guerrero *et al.* (2016), como um grupo de *stakeholders* com a finalidade de auxiliar o empreendedorismo em diversos âmbitos, tanto de modo formal como informal.

Carvalho, Leão e Teixeira (2012) ressaltaram em sua pesquisa a participação branda dos jovens em órgãos de estímulo ao empreendedorismo, tal como o Conselho Nacional de Jovens Empreendedores – CONAJE ou Conselho de Jovens Empreendedores – CJE. Já no estudo de Zouain, Oliveira e Barone (2007) evidenciou-se maior participação no CONAJE, a proporção foi de 1.500 envolvidos e 330 não envolvidos.

Nos resultados apresentados por Carvalho, Leão e Teixeira (2012), entre os 27 entrevistados, somente 5 (18,5%) dos empreendedores estavam envolvidos ou já foram envolvidos com o CJE, já os outros 22 (81,5%) afirmaram nunca ter participado. Segundo os autores, os jovens que foram entrevistados não entendiam ou não conheciam a relevância dessas associações, e como estas poderiam interferir no desenvolvimento dos empreendedores, por meio da capacitação.

As universidades possuem centros acadêmicos, atividades de extensão, diretórios, empresas juniores, e outras formas de organizações estudantis, como possibilidades para os alunos colocarem em prática essa atividade, aprimorando os conhecimentos sobre o empreendedorismo, ainda no âmbito. Assim, o apoio das instituições facilita o jovem empreendedor a iniciar seu negócio.

No que se refere ao estudo do empreendedorismo em cursos de graduação, alguns estudiosos da educação empreendedora, como Honig (2004), Peterson e Limbu (2010) e Ruskovaara *et al.* (2010), defendem que há uma fundamentação e perspectiva de ensino majoritariamente voltada à prática, quando se trata do empreendedorismo, pois destacam como sendo a mais apropriada; trazendo a aula teórica, que seria a tradicional, como exclusiva para abordar referências, métodos e outros artifícios pedagógicos.

Lautenschläger e Haase (2011) confirmam que algumas características empreendedoras podem ser mais simples de ensinar aos graduandos, já outras não. Para os autores, são características espontâneas e individuais: a inovação, as competências, as habilidades, as responsabilidades para tomar decisões, disposição ao risco e proatividade, ou seja, particularidades que não foram apropriadamente fundamentadas por técnicas de ensino.

Já no que se refere aos motivos para empreender, dentre as razões para alunos universitários se tornarem empreendedores, apontadas por Solimeo (1997), foram destacadas: a independência que o empreendedorismo proporciona devido à gestão de

seus negócios, a possibilidade de implementar suas ideias e inovações, e, por fim, o fato de não receber ordens de superiores.

Outra motivação apontada por Solimeo (1997) para a intenção empreendedora de universitários está ligada à formação profissional que é possibilitada pelo curso de graduação, proporcionando segurança, orientação e direção para essa prática e tornando essa atividade mais atrativa para os estudantes.

Exemplificando, a Universidade Federal de Sergipe – UFS, tem perspectivas em prol da educação empreendedora, com a finalidade de gerar incentivo e engajar pessoas a pensarem e praticarem o empreendedorismo na universidade. O CEU – Centro de Empreendedorismo da UFS, cuja finalidade é promover movimentações e incentivos às práticas empreendedoras, instaura uma cultura e um ambiente empreendedor, por meio de disciplinas, atividades de extensão e ao gerar novos conhecimentos com as pesquisas acadêmicas ou artigos. Além disso, visa motivar e aproximar as pessoas ao empreendedorismo, através de diversos meios, como palestras, visitas, eventos etc. Além disso, as instituições de ensino superior se utilizam de práticas empreendedoras por meio de estágios, empresas juniores, feiras, incubadoras, entre outros.

A UFS mantém ações e eventos para engajamento, um exemplo é a semana do empreendedorismo da UFS – SEMENTE, um acontecimento planejado pelo Centro de Empreendedorismo em conjunto com a Pró-Reitoria de Extensão, através do Programa de Educação Empreendedora (Entrepreneur UFS), cuja finalidade é incentivar a cultura empreendedora dentro e fora da universidade, através de abordagens para uma educação empreendedora, de modo criativo, apoiando pessoas a refletirem sobre diversos temas acerca do empreendedorismo.

A Universidade Tiradentes de Aracaju/SE também incentiva o empreendedorismo através de palestras, eventos, *workshops*, entre outros, com a finalidade de transmitir informações para quem busca empreender e incentivar o empreendedorismo.

Portanto, conforme Bronoski (2008), os estudantes de graduação, mesmo com dificuldades iniciais para implementar seu negócio dentro de sua área de conhecimento, mantêm ativa a possibilidade de empreender ativa, por ser uma alternativa ao mercado profissional formal que possibilita o emprego de carteira assinada em uma organização.

Afinal, as instituições representam um ponto de apoio, sobretudo as instituições de ensino superior. Os graduandos parecem estar mais à vontade em empreender em áreas afins à formação acadêmica. Resta saber se esse apoio tem sido suficiente e efetivo para

alavancar novos empreendimentos. O tópico seguinte irá discorrer acerca dos procedimentos metodológicos e definições pertinentes à presente pesquisa.

## 2 Metodologia

No presente estudo, a abordagem qualitativa em pesquisa de campo ajusta-se aos objetivos em razão das particularidades e características de jovens universitários e empreendedores, utilizando-se do ambiente e dos indivíduos neles inseridos, para obter os dados (COOPER; SCHINDLER, 2003; VERGARA, 2005).

Na coleta de dados, foi realizada uma entrevista semiestruturada com 7 jovens empreendedores e universitários. O roteiro da entrevista foi estruturado com oito perguntas fechadas, de caráter introdutório, para obter informações básicas sobre os entrevistados, em seguida, cinco perguntas abertas divididas dentre os tópicos: a) motivação; b) adversidades; e c) apoio de organismos especializados. O Quadro 1 demonstra a caracterização dos entrevistados.

Quadro 1 – Caracterização dos entrevistados

Entrevistados	Idade	Curso de Graduação	Período Graduação	Empresa Formal	Tempo de negócio	Período que iniciou seu negócio	Sexo
A	22	Educação Física	5º	Sim	15 dias	5º	Feminino
B	23	Administração	10º	Sim	3 anos e 10 meses	3ª	Feminino
C	25	Letras Vernáculas	4º	Não	1 ano	2º	Feminino
D	24	Administração	10º	Não	6 meses	9º	Feminino
E	26	Administração	8º	Não	7 meses	7º	Feminino
F	22	Administração	9º	Não	8 meses	8º	Feminino
G	26	Cinema e audiovisual	8º	Não	2 anos	4º	Masculino

**Fonte:** Pesquisa de campo, 2021

Realizou-se um pré-teste com cinco pessoas, para alinhar o roteiro, como resultado alguns questionamentos foram ajustados. As entrevistas foram aplicadas entre os dias 26 abril a 10 de maio de 2021, com uma média de duração de 21 minutos, todas aplicadas através do *Google meet*, somente os áudios das entrevistas foram gravados para garantir que todas as informações transmitidas entre o entrevistado e pesquisadores fossem captadas e pudessem ser analisadas posteriormente.

A unidade de análise constituiu-se de indivíduos jovens empreendedores e universitários do estado de Sergipe, os quais foram identificados com nomes fictícios. Os

sujeitos da pesquisa foram escolhidos por aproximação, por indicação de pessoas próximas aos pesquisadores e entrevistados deste estudo, que se enquadraram nos seguintes requisitos: a) ser empreendedor formal ou informal; b) ser universitário no estado de Sergipe; e c) possuir de 18 a 34 anos.

Para organizar o estudo dividiu-se em 3 categorias de análise das quais se subdividem em elementos de análise com a função de dar apoio operacional para o momento da entrevista, conforme o quadro 2.

Quadro 2 – Categorias e elementos de análise

<b>Categorias Analíticas</b>	<b>Elementos de Análise</b>
Motivos para empreender	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ambiente social;</li><li>2. Apoio familiar;</li><li>3. Aproveitamento de oportunidade de negócio;</li><li>4. Atuar na sua área acadêmica;</li><li>5. Desagrado em trabalhos anteriores;</li><li>6. Necessidade;</li><li>7. Dificuldade para se inserir no mercado;</li><li>8. Exemplo empreendedor;</li><li>9. Realização pessoal.</li></ol>
Adversidades	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Gerir o empreendimento;</li><li>2. Concorrência desleal;</li><li>3. Contexto político, econômico e social;</li><li>4. Estrutura física;</li><li>5. Falta de experiência;</li><li>6. Falta de mão de obra;</li><li>7. Financeiras;</li><li>8. Plano de negócios prévio;</li><li>9. Saber trabalhar com as mídias sociais da empresa.</li></ol>
Órgãos de apoio	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Acesso a órgãos de apoio;</li><li>2. Apoio para capacitação dos empreendedores;</li><li>3. Apoio para abertura e manutenção do empreendimento.</li></ol>

**Fonte:** Elaborado com base na revisão da literatura, 2021

A análise dos dados ocorreu por meio da técnica de análise de conteúdo, por meio dos dados primários gerados, comparando as respostas gravadas dos entrevistados, visando atingir os objetivos específicos.

### **3 Descrição e análise dos dados**

Nesta seção são descritas e analisadas as entrevistas realizadas. Ela foi dividida em tópicos, de acordo com as categorias analíticas: a) motivos para empreender, b) adversidades e c) órgãos de apoio.

### 3.1 Motivos para empreender

De acordo com Brasil, Brasil e Nogueira (2013), para compreender a vivência do jovem empreendedor brasileiro, torna-se importante saber por quais razões eles foram motivados a começar a empreender. Nesta pesquisa, não se observou um padrão, ou seja, as motivações se diversificaram de indivíduo para indivíduo, em razão das suas diferentes particularidades e contextos sociais. Assim, não houve algum fator motivacional igual para todos os entrevistados, confirmando assim o que foi abordado por Dunkelberg *et al.* (2013), que o ser humano é múltiplo, podendo-se declarar que percebem e sentem seu entorno e motivam-se de forma única. Abaixo são apresentados excertos sobre as motivações:

[...] porque como não consegui um novo emprego, fui obrigada a abrir meu próprio negócio. (Entrevistada C)

[...] Eu não me via trabalhando para alguém, e aí uma forma de botar em prática as coisas que aprendi na graduação, era abrir um pequeno negócio, começar com uma loja virtual e depois talvez abrir uma física. (Entrevistada D)

Observa-se que o mercado motivou duas pessoas de forma diferente, a Entrevistada C não conseguia um emprego, já a Entrevistada D não se via trabalhando para alguém, ou seja, não desejava ser empregada. Embora fossem situações distintas, resultaram na mesma motivação para empreender. No quadro 3 foram abordadas, de forma objetiva, as motivações para empreender de cada um dos entrevistados neste estudo.

Quadro 3 - Motivos para empreender

Motivos para Empreender	Entrevistados						
	A	B	C	D	E	F	G
Ambiente Social			x	x		x	
Apoio familiar	x	x	x	x		x	
Aproveitamento de oportunidade de negócio				x			x
Atuar em sua área acadêmica		x		x	x	x	x
Desagrado em trabalhos anteriores	x			x		x	x
Necessidade financeira	x	x	x		x		
Dificuldade para se inserir no mercado	x		x	x	x		
Exemplo empreendedor	x	x		x	x	x	x
Realização pessoal	x	x		x	x	x	x

**Fonte:** Pesquisa de campo, 2021

O ambiente social foi fator motivacional para 3 (C, D e F) dos 7 entrevistados. Já o apoio familiar (entrevistadas A, B, C, D e F) e a atuação em sua área acadêmica (entrevistados B, D, E, F e G) foram destacados por 5 dos 7 inquiridos. O aproveitamento

de oportunidade de negócio foi citado por 2(D e F) dos 7 universitários. Abaixo são citados exemplos de apoio familiar:

Com a ajuda do meu esposo, pai e minha mãe que me ajudaram, montei o espaço que eu estou hoje. (Entrevistada A)

Quem mais me ajudava era minha mãe, eu fazia todos os cones trufados e ela era responsável pela embalagem. (Entrevistada B)

[...] eu tenho um primo meu, algumas pessoas na família, alguns amigos e isso influencia, também ajuda, a continuar motivado, você ver que nem todo dia é de glória. (Entrevistada E)

Desagrado com trabalhos anteriores (entrevistados A, D, F e G), necessidade financeira (entrevistadas A, B, C e E) e dificuldade para se inserir no mercado (entrevistadas A C, D e E) foram fatores importantes para 4 dos 7 entrevistados. Já exemplo empreendedor e realização pessoal foram motivações para 6 dos 7 participantes do presente estudo (entrevistados A, B, D, E, F e G).

Falta de dinheiro, início do curso, não encontrava estágio, precisava de grana, sempre trabalhei meio período em outros locais, vi na disciplina de custos a professora falando sobre o custo de um brigadeiro, e pensei em fazer algo nesse tipo. (Entrevistada B)

Diante do exposto, pode-se inferir que os motivos: apoio familiar, atuação na área acadêmica, exemplo empreendedor e realização pessoal foram os mais relevantes para que esses entrevistados iniciassem seus próprios negócios, corroborando com Julien (2010), que considera o ambiente social em que o indivíduo está inserido como fator que suscita uma influência no seu empreendimento, pois o empreendedor tem interesses individuais, família, amigos, círculos e gostos diversos.

### **3.2 Adversidades**

As perspectivas acerca das dificuldades que os empreendedores encontram durante o processo de criação de uma empresa também são diferentes. Todavia, as adversidades mais apuradas em pesquisas científicas também foram identificadas nesta pesquisa, conforme detalhado no quadro 4.

Quadro 4 - Adversidades para empreender durante o início do negócio

Adversidades para empreender durante o início do negócio	Entrevistados						
	A	B	C	D	E	F	G
Gerir o empreendimento	x			x		x	
Concorrência desleal					x		x
Contexto político, econômico e social			x	x	x		x
Estrutura física	x				x		
Falta de experiência		x		x	x	x	x
Falta de mão de obra		x	x				
Financeiras	x	x		x	x	x	x
Plano de negócio prévio							
Saber trabalhar com as mídias sociais da empresa			x		x	x	

**Fonte:** Pesquisa de campo, 2021

Nota-se que as dificuldades iniciais: concorrência desleal (entrevistadas E e G), estrutura física (entrevistadas A e E) e falta de mão de obra (entrevistadas B e C) foram citadas por 2 dos 7 entrevistados. O contexto político, econômico e social foi difícil para 4 (C, D, E e G) dos 7 indivíduos. Já a falta de experiência foi um obstáculo para 5 (B, D, E, F e G) dos 7 entrevistados. O maior obstáculo identificado foi a dificuldade financeira, sendo identificado por 6 (A, B, D, E, F e G) dos 7 participantes.

[...] dificuldade em querer montar meu espaço e não ter dinheiro suficiente para fazer tudo aquilo que eu queria fazer no momento. (Entrevistada A)

[...] a empresa começou com capital próprio, não era muito grande, então tinha que escolher bem o que comprar, e não tinha variedade de mercadoria por causa da questão do capital. (Entrevistada D)

Saber trabalhar com as mídias sociais da empresa (entrevistadas C, E e F) e gerir o empreendimento (entrevistadas A, D e F) foram um entrave inicial para 3 dos 7 participantes da entrevista. E nenhum entrevistado realizou um plano de negócio prévio. Verifica-se como dificuldades principais apontadas por eles, na fase inicial dos seus empreendimentos, as questões financeiras, a falta de experiência e o contexto econômico, político e social.

No estudo desenvolvido por Jesus e Santos (2020), foram identificadas dificuldades associadas ao empreendedorismo jovem na cidade de Paranavaí, estado do Paraná, destacando-se, dentre elas, a dificuldade financeira. Dornelas (2018) afirma que muitos jovens empreendedores não detêm o capital necessário para começar seu negócio, esse obstáculo, no momento inicial, é um forte entrave, dessa forma verificou-se que a falta de recursos é também um fator significativo para os entrevistados, mas não o único.

A falta de experiência é outra adversidade relatada nas referências teóricas, porém, por serem universitários, verificou-se que se trata da falta de experiência em gerenciar o negócio e não exatamente no objeto do negócio, ou prestação de serviços, observados no trecho seguinte:

[...] eu tenho um pequeno conhecimento por conta do curso que eu faço, mas eu vejo que tem muita gente que acaba quebrando muito a cabeça por não ter esse apoio, esse direcionamento de como fazer, o que fazer, quais etapas fazer, tudo certinho. (Entrevistada E)

Outro ponto que pode estar associado às dificuldades é que nenhum dos jovens pesquisados estabeleceu um plano de negócios de forma prévia, o que condiz com o estudo de Jesus e Santos (2020). O planejamento tem também o papel de minimizar os riscos e preparar para as adversidades, a sua ausência entre os empreendedores jovens demonstra um potencial ponto a ser observado pelas instituições de ensino e órgãos de apoio.

O empreendedor, jovem ou não, não foge de seus objetivos, ele se porta de forma adaptável e altera a sua tática negocial sempre que for preciso, com a finalidade de lidar e superar suas adversidades (CARREIRA *et al.*, 2015). Nessa perspectiva, verificou-se que os empreendedores entrevistados não mantiveram as dificuldades do início do seu empreendimento. As dificuldades diminuíram ou mudaram, embora sem acessar órgão de apoio, modificaram suas perspectivas e atitudes para alcançar suas metas e enfrentar as dificuldades.

A entrevistada A não destacou nenhuma dificuldade atual relevante que esteja enfrentando, ela afirmou que está em um período tranquilo de seu empreendimento, provavelmente, isso ocorre por ter anos na prática, e por já ter se organizado previamente.

O contexto político, econômico e social atualmente é uma recente dificuldade para as empresas, em razão da pandemia mundial da Covid-19, tendo como exemplo as questões de preço da matéria-prima, pois seus insumos variam bastante de valor e geram instabilidade no custo de seu produto, conforme se observa no trecho a seguir:

[...] é muito variável, hoje você compra por um valor daqui a dois dias o valor triplicou, você fica querendo repassar para o cliente ao mesmo tempo querendo segurar o preço, complica. (Entrevistada B).

Já a entrevistada C revelou que duas dificuldades persistem, sendo o contexto político, econômico e social e a falta de mão de obra, não tendo achado relevante mencionar nenhuma outra. A entrevistada D se manteve com as quatro dificuldades do

seu início empreendedor, porém, duas delas são dificuldades diferentes, quais sejam: a falta de mão de obra e saber trabalhar com as mídias sociais da empresa.

A entrevistada E informou ter enfrentado no seu início seis dificuldades diferentes, atualmente enfrenta apenas 3 e não mencionou nenhuma dificuldade nova. Para a entrevistada F, que tinha quatro dificuldades, atualmente lida apenas com uma dessas quatro e não obteve novas. Já o entrevistado G tinha apontado quatro dificuldades em seu início, entretanto, atualmente enfrenta uma diferente, a de gerir o empreendimento.

Frente aos relatos, é possível concluir que, dentre as dificuldades citadas como atuais, as principais a serem destacadas foram o contexto político, econômico e social e saber trabalhar com as mídias sociais.

### **3.3 Órgãos de Apoio**

Dentre os sete entrevistados, somente a entrevistada A buscou apoio dessas instituições de forma prévia, porém, quase todos afirmaram saber da importância dos órgãos com a sociedade e com os empreendedores, conforme excerto seguinte:

[...] porque conhecimento nunca é demais e tudo vai mudando, a gente não sabe, uma legislação nova e a gente fica sem saber, penso em procurar esses órgãos para que me ajudem a regularizar a minha empresa. (Entrevistada D)

No sentido oposto a entrevistada B informa não ter interesse por achar que as instituições não são atualizadas o suficiente para ajudá-la:

[...] não, não tenho interesse porque já é uma questão minha, acho que eles estão parados no tempo. (Entrevistada B)

Embora seja a única, foi possível explicar as razões da baixa procura a esses órgãos. Na presente pesquisa, o envolvimento com órgãos de apoio foi raro, não houve muitas pessoas que buscaram o auxílio dessas instituições de forma prévia para ajudar a iniciar o empreendimento. Similarmente ao resultado da pesquisa de Carvalhal, Leão e Teixeira (2012), os quais conseguiram constatar que os jovens que foram entrevistados não entendem ou não conhecem a relevância dessas associações, e como elas influem no desenvolvimento dos empreendedores. Por outro lado, a mesma entrevistada demonstra conforto ao afirmar que o conhecimento da formação acadêmica ajudou com seu negócio:

[...] utilizei muito conhecimento da minha graduação em minha empresa, me ajudou, foi um caminho mais curto. (Entrevistada B)

[...] Eu não me via trabalhando para alguém, e aí uma forma de botar em prática as coisas que aprendi na graduação, era abrir um pequeno

negócio, começar com uma loja virtual e depois talvez abrir uma física.  
(Entrevistada D)

Preparar-se para gerenciar um empreendimento é importante. A formação acadêmica é um caminho possível, mas as instituições de apoio também podem auxiliar nesse papel. Compreende-se que a formação acadêmica e o planejamento prévio são fatores positivos, observados no excerto seguinte:

[...] a gente estudou isso antes de abrir. Procuramos um local que próximo não tivesse muitos concorrentes e isso foi um diferencial porque muita cliente que chega aqui fala: “olha que legal, aqui não tem muito serviço igual ao de vocês” “aqui é carente desse serviço”; então foi um diferencial. (Entrevistada F)

Observa-se, dos excertos, que a formação acadêmica é um bom caminho para equilibrar a falta de experiência.

### **Considerações Finais**

A presente pesquisa analisou de que forma motivos pessoais, adversidades enfrentadas e apoio institucional fomentam o empreendedorismo jovem entre universitários de Sergipe. Os sete indivíduos entrevistados possuem idade entre 22 (vinte e dois) e 26 (vinte e seis) anos, sendo seis do sexo feminino e um do sexo masculino, todos possuíam o ensino superior incompleto e encontravam-se em empreendimentos diferentes.

Quanto às motivações para empreender, os resultados desta pesquisa corroboram com o estudo de Kirkwood e Walton (2010), os quais afirmam que os fatores que influenciam o indivíduo a se tornar um empreendedor são enigmáticos e diversificados, modificando de empreendedor para empreendedor. Embora não se constate um fator motivacional unânime, os mais enfáticos foram: apoio familiar, atuação na sua área acadêmica, seguir um exemplo empreendedor e desejo de realização pessoal. Destaca-se que associar a área acadêmica à atuação no mercado parece deixar os entrevistados mais confiantes em relação ao desafio de empreender.

No tocante às dificuldades iniciais para empreender, a questão financeira desponta, o que parece fazer sentido considerando que na fase inicial da vida econômica o jovem está constituindo patrimônio, embora isso não represente o único desafio. Hechavarria *et al.* (2012) e Dunkelberg *et al.* (2013) afirmam que os indivíduos que se dispõem a ficar à frente da organização possuem bastante disposição e são motivados por

sua própria organização, ou seja, no estudo também se notou que, apesar das dificuldades, os entrevistados demonstram entusiasmo com o empreendimento.

Essa vontade de fazer funcionar é perceptível na evolução dos desafios, pois, mesmo sem apoio de organizações, observam-se de forma geral melhorias em relação a como os jovens lidam com as adversidades. Aparentemente a formação acadêmica pode auxiliar nas principais dificuldades apontadas como: contexto político, econômico e social, além de como lidar com as mídias sociais e situações da vida moderna.

Outro ponto alinhado às referências teóricas foi a falta de acesso às instituições de apoio para iniciar seus negócios, embora afirmassem que pretendem buscar o apoio desses órgãos para manter, ou expandir a empresa.

Em síntese, apesar de haver diferentes motivações e dificuldades para cada indivíduo, eles têm em comum o engajamento com seu processo empreendedor e a capacidade de superar as dificuldades, seja no início ou no decorrer de seu negócio.

Este estudo permite compreender os fatores que motivaram jovens empreendedores universitários à prática empreendedora, bem como detectar as principais adversidades enfrentadas por eles para sobreviverem no mercado. E, ainda, demonstra que existia a falta da procura desses jovens por órgãos de apoio.

Ficou evidenciada a necessidade de aprofundamento para verificar novas práticas, dificuldades e aspectos que surgem no ambiente social e, ainda, avaliar comparativamente jovens empreendedores que não estão em formação acadêmica. Os achados podem auxiliar as instituições de apoio e ensino a preparar os empreendedores, considerando a diversidade de desafios e motivações.

Recomenda-se a realização de novas pesquisas que possam verificar como jovens empreendedores estão superando dificuldades mercadológicas a fim de se manterem competitivos no mercado. Isso porque, além das dificuldades vinculadas à escassez de recursos financeiros, especialmente detectada neste estudo, outras podem afetar estes empreendedores.

## **Referências**

ARMOND, A. C.; NASSIF, V. M. J. A liderança como elemento do comportamento empreendedor: um estudo exploratório. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 5, p. 77-106, 2009.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 39-63, 2008.

BRASIL, S. A.; BRASIL, C. F.; NOGUEIRA, C. R. Empreendedorismo jovem: fatores que contribuem para a atividade empreendedora. **Caderno de Administração**, v. 21, n. 2, p. 56-64, 2013.

BRONOSKI, M. A intensão empreendedora no ambiente universitário: caso UNICENTRO. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)**, v. 6, n. 1, p. 223-238, 2008. ISSN 2177-4153.

BULGACOV, Y. L. M. et al. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 695-720, 2011.

CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 4, p. 124-143, 2012.

CARVALHO, M. C. V de. **Empreendedorismo jovem em Cabo Verde: necessidades e oportunidades**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia e Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade de Coimbra, UC, 2012.

CARREIRA, S. S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DOLABELA, F. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro: A Universidade Formando Empreendedores. **Brasília**, v. 27, n. 5, p. 93-102, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócios**. 7. ed. Rio de Janeiro: Empreende Editora, 2018.

DRUCKER, P. F. Entrepreneurial strategies. **California Management Review**, v. 27, n. 2, 1985.

DUNKELBERG, W. *et al.* Do entrepreneurial goals matter? Resource allocation in new owner-managed firms. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 2, p. 225-240, 2013.

FILION, 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, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2018**. Relatório Executivo. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/>. Acesso em: 28 dez. 2020.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Relatório Executivo. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/>. Acesso em: 28 dez. 2020.

GUERRERO, M. *et al.* Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape. **Small Business Economics**, v. 47, n. 3, p. 551-563, 2016.

HECHAVARRIA, D. M.; RENKO, M.; MATTHEWS, C. H. The nascent entrepreneurship hub: goals, entrepreneurial self-efficacy and start-up outcomes. **Small Business Economics**, v. 39, n. 3, p. 685-701, 2012.

HONIG, B. Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. **Academy of Management Learning & Education**, v. 3, n. 3, p. 258-273, 2004.

JESUS, W. K. de; SANTOS, R. H. dos. Empreendedorismo jovem: um estudo das características, aspirações e dificuldades dos empreendedores jovens de Paranavaí, paraná. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 5, n. 5, p. 208-233, 2020.

JULIEN, P.A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010. Tradução: Marcia Freire Ferreira.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. [S.l.]: Epu, 1980.

KIRKWOOD, J.; WALTON, S. What motivates ecopreneurs to start businesses? **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 16, n. 3, p. 204-228, 2010.

KRUEGER JR, N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, n. 3, p. 91-104, 1994.

LAUTENSCHLÄGER, A.; HAASE, H. The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 14, p. 147, 2011.

LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e jovens empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 24, p. 246-277, 2009.

PAIVA JUNIOR, F. G.; CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, XXVII., **Anais[...]**, Salvador, 2002.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor.** Brasília-DF: Sebrae, 1995.

PETERSON, R. T.; LIMBU, Y. Student characteristics and perspectives in entrepreneurship courses: a profile. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 13, n. 1, p. 65-83, 2010.

RIBEIRO, T. M.; TEIXEIRA, R. M. A criação de negócios por empreendedores jovens: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE**, v. 1, n. 1, jan./abr. 2012.

RUSKOVAARA, E. *et al.* Studying teachers' teaching methods and working approaches in entrepreneurship education. *In: ESU CONFERENCE, 7., Proceedings [...]*, 2010.

SARAIVA, P. M. **Empreendedorismo.** Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2011.

SCHUMPETER, J. A. Science and ideology. **The American Economic Review**, v. 39, n. 2, p. 346-359, 1949.

SCHUMPETER, J. A. The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934). **Transaction Publishers**, v. 1, p. 244, jan. 1982.

SOLIMEO, M. D. O espírito empreendedor. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 14. out. 1997. Seção Artigos.

TEIXEIRA, R. M. *et al.* Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **REGE-Revista de Gestão**, v. 18, n. 1, p. 3-18, 2011.

TOKMAN, V. E.; CORROCHANO, M. C.; GOUVÊA, J. L. **Desemprego juvenil no Cone Sul: uma análise de década.** Friedrich-Ebert-Stiftung, 2003.

TOYOSHIMA, S. H. Instituições e desenvolvimento econômico-uma análise crítica das ideias de Douglass North. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 29, n. 1, p. 95-112, 1999.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

ZOUAIN, D. M.; OLIVEIRA, F. B.; BARONE, F. M. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**, v. 41, n. 4, p. 797-807, 2007.