



Graduação Pós-Graduação
 Artigo completo Relato de prática Resumo expandido

**JOVENS NOS NEGÓCIOS: um estudo de caso com jovens empreendedores de
Floriano - Piauí**

Israel Sousa Costa
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
israels.sousaa@gmail.com

**Irlanda Pires de Sá
Sousa**
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
irlandapires@ifpi.edu.br

Abílio Azevêdo Silva Neto
Universidade Federal do Piauí - UFPI
abilioazevedo@ufpi.edu.br

Neurivânia dos Santos Oliveira
Universidade Federal do Piauí - UFPI
oneurivania@gmail.com

RESUMO

O empreendedorismo pode ser classificado como a capacidade que os indivíduos possuem de modificar oportunidades ou necessidades em negócios. Nesse sentido, diversas pessoas estão empreendendo, entre elas os jovens, que estão se fortalecendo no ramo empresarial. Traçou-se como objetivo geral desta pesquisa descrever as oportunidades, aspirações e desafios dos jovens empreendedores de Floriano-Piauí, e como objetivos específicos, identificar o que é empreendedorismo, desvelar as motivações que os jovens possuem para empreender e analisar a relação entre empreendedorismo e juventude. Trata-se de um estudo de caso com abordagem qualitativa e natureza descritivo-exploratória, no qual as informações foram coletadas mediante entrevistas com os jovens empreendedores de 18 a 34 anos residentes em Floriano, Piauí. Constatou-se que os jovens empreendedores de Floriano-Piauí possuem várias oportunidades que favorecem os seus negócios, aspirações que impulsionam a mudança e o investimento no mundo dos negócios e desafios que devem ser superados para a concretização dos seus objetivos. Ademais, o empreendedorismo, as motivações empreendedoras jovens e a relação do empreendedorismo com a juventude, foram expostas.

Palavras-chave: empreendedorismo; jovem; juventude.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo começou a se desenvolver na França, onde surgiram as primeiras percepções sobre o termo, a partir disso, o movimento empreendedor passou a ser difundido



pelo mundo e assim ganhando mais espaços. O empreendedorismo é o envolvimento e o reconhecimento de oportunidades para criação de algo novo, desenvolvimento de um novo mercado ou o uso de uma nova matéria-prima para elaborar um novo meio de produção (Fiorin; Mello; Machado, 2010).

Monteiro *et al.* (2022) apontam em seus estudos a relevância que o empreendedorismo possui para as novas tendências de negócios que podem contribuir para a economia e o mercado de trabalho. Diversos motivos têm levado as pessoas a empreenderem, o que faz o número de empreendedores no Brasil se tornar expressivo.

Dentre os grupos de empreendedores brasileiros, destacam-se os jovens. Empreender tem proporcionado a realização de sonhos pessoais e profissionais, satisfação e estabilidade financeira a esse público. Entretanto, os jovens empreendedores enfrentam vários desafios na jornada empreendedora, tornando-se necessário o entendimento das variáveis que compreendem o empreendedorismo. Diante disso, a presente pesquisa se propôs a responder a seguinte questão problema: Quais as aspirações, oportunidades e desafios que os jovens empreendedores de Floriano-PI possuem?

Bulgacov *et al.* (2011) apresentam em suas pesquisas a necessidade de compreensão da atividade empreendedora do público jovem, que tem sido vinculada a aspectos individuais e subjetivos, cabendo outras abordagens de pesquisa em torno do tema. Esta pesquisa partiu do pressuposto de que a juventude empreendedora possui inúmeras aspirações, oportunidades e desafios que podem impulsionar ou dificultar a sua relação com o empreendedorismo.

Além disso, este artigo possui como objetivo geral descrever as aspirações, oportunidades e desafios dos jovens empreendedores da cidade de Floriano-PI e, como objetivos específicos identificar o que é empreendedorismo, desvelar as motivações que os jovens possuem para empreender e analisar a relação entre empreendedorismo e juventude.

De acordo com o relatório executivo GEM Brasil (2017), o país possui 5 milhões de jovens empreendedores na faixa etária entre 18 e 34 anos. Logo, este trabalho justifica-se pelo número expressivo de jovens atuando no empreendedorismo no Brasil. Ademais, a pesquisa “Juventude Conectada” feita pela Fundação Telefônica (2014) pontua que o interesse do jovem no empreendedorismo é um fenômeno recente, o que torna esta pesquisa relevante para a compreensão dessa parcela de empreendedores.

O estudo possibilitará mais pesquisas sobre a temática, contribuindo para a expansão e aprofundamento em torno do tema, trazendo assim maiores embasamentos e reforçando as discussões no meio acadêmico. Além disso, proporcionará à gestão organizacional maiores

compreensões sobre esta modalidade empreendedora, que irão auxiliar na tomada de decisão e ajustes na área.

A presente pesquisa está dividida em cinco seções, incluindo esta introdução. A seção 2 traz a revisão de literatura, que conceitua o empreendedorismo e fornece aspectos gerais que serão utilizados neste trabalho. A seção 3 apresenta os procedimentos metodológicos adotados neste estudo. Na seção 4, são expostas a análise e discussão dos resultados e dos achados. Por fim, na seção 5, mostram-se as conclusões acerca do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO

Historiadores e economistas relatam que as primeiras proposições acerca do empreendedorismo se deram no século XVIII na França (Vale, 2014). Braudel (1982) explica que neste período a construção de novas manufaturas, fábricas e unidades de produção artesanal, contribuíram para o surgimento das empresas de natureza francamente capitalista. Assim, o empreendedorismo evoluiu, alcançando maiores espaços e ganhando novas conotações (Murphy; Liao; Welsch, 2006). No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar espaço na década de 1990, quando foram criados o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) que impulsionaram a cultura empreendedora (Dornelas, 2016).

Diversos autores vêm especulando sobre a natureza do empreendedorismo (Parker, 2009). A Palavra empreendedorismo vem do francês *entrepreneur* que significa “o que está no meio” ou “entre compradores” (Becker; Lacombe, 2003). Ainda, estes autores dizem que desde a Idade Média a definição de empreendedorismo está relacionada ao ato de assumir riscos, principalmente em atividades comerciais. Por outro lado, Gomes (2003) aponta que o termo empreendedorismo possui inúmeras definições, onde os estudiosos o conceituam das mais variadas formas.

Dornelas (2016) conceitua empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que juntos modificam o meio levando a criação de ideias e oportunidades que contribuem para a criação de negócios. Já Lopes (2019) descreve o empreendedorismo como a capacidade que o indivíduo tem de partir de ideias e da percepção de oportunidades para concretizar ações que supram necessidades, resolvam problemas e agregam valor em forma de



produtos ou serviços. Ademais, Miguez e Lezana (2018) apontam que o empreendedorismo se associa a inovação, no qual sua essência está na percepção e no aproveitamento de novas oportunidades de negócios e na criação de novas formas de uso por meio do deslocamento das funções convencionais e submissão de novas combinações.

Dessa forma, infere-se que o empreendedorismo possui diversos conceitos que complementam um ao outro, contribuindo assim para um maior entendimento da temática. Os conceitos de empreendedorismo mostram a amplitude da ação empreendedora que está vinculada a várias áreas (administrativa, financeira, recursos humanos, produção, marketing e outras) o que torna necessária a aquisição de conhecimentos e habilidades para manusear o empreendimento. Assim, o empreendedorismo é uma ferramenta de criação de novos negócios a partir da busca por suprir necessidades e aproveitamento de oportunidades, que possui influência de diversas áreas que ajudam na condução dos negócios.

Vale ressaltar que, existe uma figura imprescindível dentro do empreendedorismo, o empreendedor, que é o agente responsável pela criação e condução das empresas. Dolabela (1999) define o empreendedor como a pessoa que se dedica à geração de riqueza, na modificação de conhecimento em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação de alguma área. O sujeito que empreende tem a capacidade de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade para outro, possibilitando eficiência e eficácia à economia, alcançando o equilíbrio financeiro de sua empresa e lucro nas vendas (Drucker, 1987).

O empreendedor é alguém provido de energia, material, ideias e atitudes que são capazes de mudar a si mesmo, bem como a comunidade (Chiavenato, 2007). Nessa perspectiva, o empreendedor busca mudanças, explorar oportunidades, além de agregar valor à produtos e serviços que condizem com o gerenciamento do capital (Rosa, 2020), assumindo a necessidade de realização, riscos moderados e autoconfiança (Longenecker; Moore; Petty, 2004).

A possibilidade de realização pessoal no empreendedorismo é alta, permitindo unir prazer e trabalho (Sebrae, 2007). Pinto (2020) pontua que as iniciativas empreendedoras geram concorrência e facilitam a criação de novos produtos e serviços, o que estimula o desenvolvimento da prática empreendedora no mercado de trabalho. Além disso, o empreendedorismo é um dos modelos de gestão que se destaca entre os novos paradigmas (econômicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais, etc.) o que contribui para a expansão dos empreendimentos (Pereira; Santos, 1995).

O empreendedorismo permite que os empreendedores mobilizem capital, agreguem

valor aos recursos naturais e produzam bens (Sebrae, 2007). Dessa forma, contribui para a economia do país, geração de emprego e renda, crescimento e desenvolvimento. Oliveira *et al.* (2019) afirmam que o empreendedorismo é como um acontecimento global, que vem se expandindo cada vez mais em conjunto com as organizações que buscam atender as necessidades empreendedoras. Costa (2009) aponta que o Brasil depende muito da população empreendedora. Assim, o empreendedorismo possui um papel relevante no meio que está inserido.

2.2 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

As pessoas são impulsionadas por diversos motivos que as levam a ir em busca de seus objetivos pessoais e profissionais. Na antiguidade, acreditava-se que a motivação precisava ser desenvolvida nas pessoas (Heller, 1999). Segundo o Dicionário Michaelis (2025), a motivação é um conjunto de fatores de natureza afetiva, intelectual ou fisiológica, que influenciam o indivíduo a ter determinado comportamento. Gil (2007) aponta que a motivação é um estímulo que leva os seres humanos a agirem.

Abraham Maslow, ao estudar o ser humano, o comportamento e as relações, identificou cinco fatores que poderiam explicar o comportamento humano, criando assim, a Pirâmide de Maslow, que divide as necessidades em fisiológicas ou básicas, segurança, sociais, estima (status) e auto realização (Martins, 2007). Assim, o autor acredita que as motivações são influenciadas por estes fatores, levando os indivíduos a agirem em concordância com suas necessidades e busca por satisfação. Maximiano (2008) afirma que o comportamento é motivado por fatores internos ou externos, sendo assim, a motivação pode explicar a relação causa e efeito no comportamento das pessoas.

Chiavenato (2014) expressa que a motivação é composta por três fatores, sendo eles: necessidades, que se dão por meio da busca por alguma satisfação, impulsos, classificados como principais fatores, por meio deles os seres humanos são levados a determinados comportamentos e incentivos, estímulos externos que tem a função de ajudar a atingir uma necessidade ou impulso. Ademais, a Teoria dos dois fatores de Frederick Herzberg se divide em fatores higiênicos, que são extrínsecos ao cargo, e fatores motivacionais, que são intrínsecos ao cargo, para explicar a questão motivacional (Martins, 2007).

Já Victor Vroom criador da Teoria da Expectativa aborda que a motivação está relacionada com os resultados que os indivíduos esperam em determinada ação, o que pode

definir o esforço destinado à ação (Bergue, 2010). Ainda, a Teoria X e Y de Douglas McGregor, aponta dois caminhos para a motivação, na Teoria X o autor explica que a motivação se dá por meio de premiação ou punição e na Teoria Y os indivíduos podem ser motivados pela união e compartilhamento de valores e responsabilidades existentes em um grupo (Ribas, 2011).

A partir dessas teorias percebe-se o quanto a motivação envolve inúmeras variáveis, assim os comportamentos humanos frente as ações podem ser originados por diversas variáveis. Para este estudo, destaca-se as motivações que levam as pessoas a adquirir um comportamento empreendedor. O empreendedorismo surge para um indivíduo quando este toma a decisão de se tornar empreendedor, o que o leva a um caminho de seleção de oportunidades, escolha de pessoas corretas, construção de um modelo de negócio e seleção dos recursos financiadores (Blumenthal, 2010).

Dornelas (2016) afirma que as atitudes empreendedoras são motivadas por oportunidade, quando o indivíduo faz um esforço voluntário para empreender ou necessidade, quando o ser humano é levado a empreender de forma involuntária. Ribas (2011) expressa que a maioria dos autores da área do empreendedorismo apontam que a motivação para empreender está ligada a relação recompensa, risco e sucesso, que se baseia em estudos dos empreendedores. McClelland (1967) pontua que a realização, afiliação/planejamento e poder são os três conjuntos de necessidades que motivam os indivíduos a abrir empresas. Drucker (1987) escreveu que algumas pessoas são impulsionadas ao empreendedorismo pela vontade de inovar, criando assim negócios inovadores.

A orientação para o empreendedorismo jovial está relacionada com a realidade brasileira que a maioria dos jovens estão inseridos, no qual convivem com fatores que influenciam suas escolhas. A juventude tem percebido no empreendedorismo o propósito de vida, realização pessoal e realização de sonhos (Fundação Telefônica, 2014). Bulgacov *et al.* (2011) acreditam que os jovens percebem no empreendedorismo a oportunidade de uma maior obtenção de renda. Outros fatores motivadores é a oportunidade de mercado que os jovens encontram para abrir empresas e o desemprego (Ribeiro; Teixeira, 2012). Diversos jovens são movidos ao empreendedorismo pela busca da independência e autonomia (Reis; Santos, 2021). Ademais, a necessidade de recursos financeiros e a falta de experiência profissional levam os jovens a abrir seu próprio negócio (Reis; Santos, 2021).

2.2 EMPREENDEDORISMO E JUVENTUDE

O empreendedorismo tem sido exercido por várias pessoas, entre elas os jovens. Estima-



se que o país possui mais de 5 milhões de empreendedores jovens com idade entre 18 a 34 anos (GEM, 2017). O expressivo número de jovens empreendedores pode ser explicado pela disposição dos mais jovens de correr riscos inerentes à prática empreendedora, enquanto os mais velhos preferem ações de maior estabilidade (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014).

Conforme o relatório executivo do GEM (2017), define-se como jovem empreendedor aquele que possui entre 18 a 34 anos. Soares e Machado (2005) expõem a dificuldade de inserir o jovem no mercado de trabalho, o que faz do empreendedorismo uma nova dimensão para absorção dessa mão de obra, fazendo da atitude empreendedora uma alternativa de empregabilidade, desenvolvimento profissional, inserção social e estímulo ao desenvolvimento socioeconômico da sociedade para o jovem (Gomes, 2014). Borges, Filion e Simard (2008) acreditam que estes desafios se dão pelo pouco tempo de vivência que dificulta a formação de experiência e de capital financeiro.

Bulgacov *et al.* (2011) mostram em seus estudos dois grupos de jovens empreendedores, sendo um composto por jovens que antes de terminar o ensino médio começam a trabalhar precocemente e outro feito por jovens recém formados que buscam iniciar seus negócios. Dolabela (1999) afirma que os jovens percebem o empreendedorismo como um caminho para superar o desemprego e modelo social criado para conquistar grandes empregos.

Capaldo e Fontes (1999) apontam que a falta de habilidade ou experiência pode limitar a execução de tarefas no empreendedorismo dessa parcela, assim muitos países estão ofertando programas com o objetivo de incentivar a criação de empresas por jovens. Llisterri *et al.* (2006) apontam para as diferenciações nos grupos de jovens empreendedores e sugerem a implantação de políticas, programas e disponibilização de treinamento adequado, para que o perfil e as necessidades de cada empreendedor sejam atendidos de forma consistente.

Gomes (2014) aponta para necessidade do ensino do empreendedorismo está inserido em todas as séries para que assim os negócios iniciados por jovens possam ser sustentáveis. Naquele período, Goulart e Santos (2014) pontuavam que o movimento do empreendedorismo jovem era um fenômeno recente e com escassez de pesquisas. Todavia, o que há dez anos era considerado um campo incipiente, transformou-se hoje num dos pontos centrais da economia brasileira, uma vez em que se tem, conforme dados do GEM (2017), um número expressivo de empreendedores nessa faixa de idade. Ademais, o empreendedorismo jovem precisa ser compreendido e amparado pelo Estado, possibilitando aos jovens uma prática empreendedora precisa, que contribuirá para o alcance dos seus objetivos e trará vantagens ao país.



3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao estabelecer métodos, asseguram-se o rigor e a objetividade no delineamento do caminho para obter o conhecimento e saber científico (Mazucato, 2018). Assim, esta pesquisa possui abordagem qualitativa, modalidade na qual o pesquisador busca compreender o fenômeno partindo da perspectiva dos participantes do momento estudado (Neves, 1996). Lakatos e Marconi (1996) apontam que a pesquisa qualitativa é uma forma mais aprofundada de investigar e interpretar os objetos estudados, além de contribuir para a descrição dos fatos.

Além disso, este estudo possui natureza descritiva. Segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva possibilita descrever as características de uma população específica ou de determinado fenômeno por meio da relação entre variáveis e a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. Adotou-se o estudo de caso múltiplo, visto que este método permite o estudo de diversos fenômenos e compreensões variadas, além de proporcionar a comparação (Carneiro, 2018). Os dados serão coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, técnica que permite a aplicação de perguntas abertas, conferindo mais liberdade para o entrevistado e profundidade ao tema (Andrade, 2010).

Os participantes deste estudo foram treze jovens empreendedores residentes em Floriano-PI, com idade entre 18 e 34 anos, em consonância com a classificação de faixa etária do GEM (2017), que define como jovens empreendedores os indivíduos neste intervalo de idade. Portanto, adotaram-se como critérios de inclusão: 1- jovens com idade entre 18 e 34 anos e 2- jovens que moram em Floriano-PI.

Os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo, composta por um conjunto de técnicas que analisam a comunicação entre os entes de forma distinta, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos para descrever o conteúdo (Bardin, 2010). Ademais, possibilita uma interpretação e compreensão de forma básica e elevada de diversos significados, fornecendo informações complementares (Moraes, 1999).

Com a finalidade de atingir o objetivo específico um, dois e três realizou-se um levantamento na literatura para compreender o termo empreendedorismo, as motivações empreendedoras e a relação do jovem com o empreendedorismo. Somado a isso, foram realizadas entrevistas que abordaram o assunto de cada um desses objetivos, além da análise de conteúdo. Por fim, objetivando o alcance do objetivo geral, realizou-se um estudo de caso, seguido de uma análise de conteúdo, para que as oportunidades, aspirações e desafios dos jovens empreendedores de Floriano-PI fossem identificadas, descritas e compreendidas.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção serão apresentadas as análises e discussão dos resultados da pesquisa, cujo ponto de partida foi a investigação realizada em campo, que contou com o depoimento de 13 participantes, possibilitando a construção da tabela 1, que conta com a descrição dos participantes.

Tabela 1: Perfil dos participantes

Entrevistado	Sexo	Estado Civil	Idade	Formação	Segmento	Tempo de empreendedor
E1	Fem.	Casada	26	Ensino Médio completo	Alimentício	5 anos
E2	Masc	Solteiro	26	Ensino Médio completo	Perfumaria	9 anos
E3	Masc	Solteiro	25	Técnico em Enfermagem	Serviços domiciliares	5 anos
E4	Fem.	Casada	31	Ensino Superior completo	Beleza	6 anos
E5	Fem.	Solteira	21	Técnico em Saúde Bucal	Cosméticos	7 anos
E6	Masc	Casado	31	Ensino Médio completo	Fotografia	6 anos e 6 meses
E7	Masc	Solteiro	28	Ensino Superior completo	Lanchonete	10 anos
E8	Fem.	Solteira	28	Ensino Superior completo	Papelaria	5 anos
E9	Fem.	Solteira	20	Ensino Superior incompleto	Vestuário	4 meses
E10	Fem.	Solteira	33	Pós-graduação	Cosméticos	7 anos

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

As entrevistas foram realizadas durante os dias 28 de novembro de 2025 e 02 de dezembro de 2025, via *google meet*, com duração média de 25 minutos cada. A entrevista foi dividida em três seções: sendo a primeira sobre reflexões acerca do empreendedorismo; a segunda sobre as motivações empreendedoras dos jovens; e a terceira nomeada como empreendedorismo juvenil, sendo descritas a seguir:

4.1 REFLEXÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO

Esta seção iniciou-se com um questionamento que abordou o tema empreendedorismo

[Na sua opinião, o que é empreendedorismo?]. Através das repostas, percebeu-se que os entrevistados possuem conhecimento sobre o tema, contexto no qual pontuaram o empreendedorismo como meio de trabalho, aproveitamento de ideias, caminho para garantir a liberdade financeira, instrumento de obtenção de renda, fonte de oportunidades, forma de inovar e conhecer novas pessoas, o que contribui ainda mais para o entendimento da temática. Para ilustrar esse panorama destaca-se a resposta do Entrevistado 3:

“Pegar uma ideia, performar ela e fazer que ela gere lucro” (E3).

Lopes (2019) conceitua empreendedorismo como a capacidade que o indivíduo tem de aproveitar uma ideia e perceber as oportunidades para realizar ações que supram necessidades, resolvam problemas e gerem valor em forma de produtos e serviços. Os conceitos de empreendedorismo dados pelos participantes expõem a diversidade de definições que o termo empreendedorismo possui, assemelhando-se aos estudos de Gomes (2003), que afirma a variedade de conceituações que o termo pode adquirir.

Ademais, perguntou-se sobre as contribuições do empreendedorismo para a sociedade [Na sua opinião, quais as contribuições do empreendedorismo para a sociedade?]. Onde os respondentes expressaram que o ramo empreendedor favorece principalmente a geração de renda, surgimento de empregos, movimenta a economia, contribui para a inovação e proporciona qualidade de vida. O que pode ser percebido pela resposta da Entrevistada 5:

“O empreendedorismo contribui para gerar empregos, gera renda, movimenta a economia, traz inovações e solução e aprimora a qualidade de vida da sociedade” (E5).

As repostas vão de encontro aos estudos de Pereira e Santos (1995), que expõem o destaque do empreendedorismo entre os paradigmas (econômicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais, etc.). Ainda, considerando que o empreendedorismo é composto de diversos recursos, indagou-se sobre os recursos humanos que o movimentam [Como você conceitua o empreendedor?]. Os relatos atribuem traços de persistência, coragem, autonomia, gestão, liderança, identificação e inovação ao empreendedor. O que pode ser percebido pela resposta do Entrevistado 7:

“O líder que é capaz de alinhar pessoas para desenvolver trabalhos para ele e terceiros” (E7).

O empreendedor é alguém que possui energia, materiais, ideias e atitudes que são capacidades de mudá-lo e mudar a comunidade (Chiavenato, 2007). Sabe-se que o administrador é uma figura relevante nos negócios, o que levou a questionar a opinião dos entrevistados sobre o papel do empreendedor [Na sua opinião, qual o papel do empreendedor



dentro do empreendedorismo?]. As respostas atribuem responsabilidades, habilidades empreendedoras e conhecimentos, pondo o empreendedor como protagonista do seu próprio negócio. Vale destacar as falas dos Entrevistado 7, 8 e 13, que ilustram essa percepção:

“Estar atento ao mercado, empresa e produtos” (E7).

“Estar sempre em concordância com o mercado de trabalho, participar de cursos e está oficializado” (E8).

“A peça-chave por mover o empreendedorismo” (E13).

Dolabela (1999) aponta que o empreendedor se dedica à geração de riqueza, modificação de conhecimento em produtos e serviços e inovação. Rosa (2020) aponta que o empreendedor precisa buscar mudanças, explorar oportunidades e agregar valor aos produtos e serviços em concordância com seu empreendimento. O indivíduo que empreende tem a capacidade de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade para outro, possibilitando equilíbrio financeiro e lucro nas vendas (Drucker, 1987).

4.2 JOVENS MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS

O questionamento que deu início a esta seção relacionou motivação com empreendedorismo [Na sua opinião, o que leva as pessoas a empreenderem?]. Os participantes relataram que a necessidade de trabalho, liberdade financeira, insatisfação com o emprego, oportunidade, identidade, sobrevivência e novos horizontes são fatores que motivam os seres humanos a empreenderem. Abaixo a resposta de alguns entrevistados:

“Oportunidade de trabalho na sociedade” (E1).

“Necessidade e liberdade financeira” (E2).

“Insatisfação com o emprego formal” (E4).

“A necessidade de sobrevivência e crescimento pessoal” (E10).

O exposto indica e comprova que as motivações são individuais e variam entre as pessoas, mostrando assim que o empreendedorismo pode ser utilizado para preencher inúmeros desejos. O Dicionário Michaellis (2025) conceitua motivação como um conjunto de fatores de natureza afetiva, intelectual ou fisiológica que influenciam o indivíduo a ter determinado comportamento. Chiavenato (2014) expõe que a motivação é composta por três fatores, sendo eles: as necessidades, que buscam satisfazer algo; os impulsos, que influenciam o comportamento humano; e os incentivos, que ajudam a atingir uma necessidade ou impulso. Maximiano (2008) aponta que a motivação pode explicar a relação causa e efeito no



comportamento das pessoas.

Ainda, perguntou-se sobre as motivações empreendedoras juvenis [Na sua opinião, o que leva os jovens ao empreendedorismo?]. Facilidade de acesso, era digital, inspiração, independência financeira, sobrevivência, ajudar outros jovens e oportunidades do mercado motivam os jovens a empreender. Ademais, os jovens acreditam que o fator juventude favorece a criação de negócios e, aliado a isso, as exigências empresariais impulsionam o surgimento de negócios administrados pela juventude. Abaixo o relato da Entrevistados 8, 10, 12 e 13:

“Muitas facilidades (Sebrae), era digital, redes sociais e ser dono do próprio negócio” (E8)

“O jovem possui mais facilidade digital, mais atuante e pensamentos modernos” (E10).

“Oportunidade de abrir portas para outros jovens, o mercado exige experiências, no meu caso com 18 anos não tenho a experiência solicitada, muitos jovens abrem empresas por isso” (E12).

“A necessidade de renda, as empresas pedem experiências que os jovens não têm” (E13).

O empreendedorismo jovem pode ser explicado pela disposição que os mais jovens possuem para correr riscos em relação aos mais velhos (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014). A necessidade de recursos financeiros e a falta de experiência profissional impulsionam a abertura de negócios jovens (Reis; Santos, 2021). Borges, Fillion e Simard (2008) expõem que estes desafios se dão pelo pouco tempo de vivência que interferem na aquisição de experiência e capital financeiro.

As motivações pessoais foram expostas nesta seção por meio de um questionamento [O que levou você a empreender?]. As respostas dadas mostraram que a maioria dos jovens entrevistados foi impulsionada a empreender em razão da insatisfação com o emprego, liberdade financeira e oportunidade de trabalhar com o que se identifica. Abaixo o relato da Entrevistada 4:

“Insatisfação com o emprego que tinha, longa jornada de trabalho, descobrir que tinha habilidade e investir nela” (E4).

Diante do exposto, percebe-se que as motivações dos entrevistados se assemelham com às de centenas de jovens empreendedores, mostrando que o empreendedorismo é um caminho capaz de suprir necessidades e aproveitar oportunidades. Isso vai de encontro aos estudos de Reis e Santos (2021), que apontam a necessidade de recursos financeiros como impulso para o empreendedorismo jovem. Bulgacov *et al.* (2011) pontuam que os jovens possuem oportunidade de mercado dentro do empreendedorismo.



4.3 EMPREENDEDORISMO JUVENIL

O roteiro desta seção abordou opiniões sobre o empreendedorismo jovem, aspirações, oportunidades e desafios enfrentados pelos jovens empreendedores de Floriano-Piauí. Indagou-se, na primeira pergunta, sobre as percepções acerca das empresas abertas pela juventude [Qual a sua opinião sobre o empreendedorismo jovem?]. Os participantes consideram o empreendedorismo como uma ferramenta satisfatória, que, unindo coragem, garra, determinação, facilidade e a disposição da juventude, favorece a condução de seus negócios. A fala da Entrevistada 8 representa a percepção dos jovens participantes:

“Satisfatório, ver o jovem empreendendo, diversas histórias bonitas, começando de jovem favorece a carreira” (E8).

O relatório do GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2017) estima que o país possui mais de 5 milhões de jovens empreendedores com idade entre 18 e 34 anos. Ainda, Goulart e Santos (2014) demonstravam que o empreendedorismo jovem era um campo com escassez de investigações, demandando de mecanismos de incentivo e apoio. Atualmente, embora a literatura venha se expandido, os desafios estruturais e a necessidade de formação contínua permanecem pautas centrais para o desempenho dos jovens nos negócios. Na mesma linha, Gomes (2014) já apontava que o ensino do empreendedorismo deve ser inserido em todas as séries para que os jovens possam criar negócios sustentáveis

Ademais, os jovens foram questionados sobre as suas aspirações empreendedoras [Quais são suas aspirações empreendedoras? Como faz para lidar com elas?]. Os respondentes destacaram o desejo de expandir o seu negócio e usam o conhecimento para atingir este objetivo. A resposta da Entrevistada 11 mostra o este desejo empreendedor:

“Abrir um *e-commerce* e enviar para todo Brasil. Estudando, preparando e criando estratégias” (E11).

Dessa forma, a juventude possui concepções empreendedoras de expansão e inovação, possibilitando a criação de negócios escaláveis e consolidação no mundo empreendedor. Mais adiante, perguntou-se sobre as oportunidades [Quais as suas oportunidades como jovem empreendedor? Como faz para lidar com elas?]. Os respondentes classificam as oportunidades como favoráveis aos seus negócios, demonstrando estarem atentos as tendências de mercado, utilizando o marketing e padrões de qualidade (materiais, atendimento, produtos) para aproveitarem as oportunidades. Além disso, valorizam a classe jovem e objetivam dar

oportunidade para pessoas da mesma faixa etária. Abaixo a resposta da Entrevistada 13:

“Polo Estudantil. Mantendo o padrão de qualidade no trabalho” (E13).

Os jovens participantes possuem habilidades empreendedoras de aproveitamento de oportunidades no mercado local e orientação para a qualidade do produto/serviço que comercializam. A juventude considera o empreendedorismo como uma oportunidade de obter seu propósito de vida, realização pessoal e realização de sonhos (Fundação Telefônica, 2014). Por fim, os empreendedores foram questionados sobre os desafios [Quais os desafios do empreendedorismo jovem? Como você faz para lidar com eles?]. Valorização do cliente, preço oferecido, concorrência, falta de união empresarial, burocracia, mudanças no mercado, equilíbrio emocional, gestão de negócio e logística classificam-se como impasses para os empreendedores, que agem com persistência, estratégias e estudo para superar os obstáculos.

O jovem é um ser dotado de aspirações e oportunidades, que juntas os levam a percorrer caminhos para a realização de seus objetivos. Em relação ao empreendedorismo, apesar das habilidades juvenis proporcionarem mais facilidade a essas pessoas, elas se deparam com desafios na jornada empreendedora que dificultam a realização dos seus objetivos, o que pode desmotivar e influenciar nas organizações. Listerri *et al.* (2006) apontam que as diferenciações nos grupos de jovens empreendedores tornam necessária a implantação de políticas, programas e treinamento para que estes empreendedores consigam se sobressair em sua profissão.

5 CONCLUSÕES

Como dito anteriormente, o empreendedorismo é um meio pelo qual as pessoas modificam as necessidades ou oportunidades em negócios por meio da venda de produtos e serviços, contribuindo, assim, para mudanças econômicas, políticas e sociais. Sob esse mesmo ponto de vista, o empreendedorismo jovem vem ganhando espaço na sociedade, uma vez que diversas pessoas nessa faixa etária vêm escolhendo o empreendedorismo, conferindo aspectos joviais ao mundo dos negócios.

Outrossim, os jovens expressaram que o fator juventude proporciona mais facilidade, oportunidade e inovação no ramo empresarial, uma vez que a juventude possui mais disposição e garra para lidar com os impasses. Além disso, a pesquisa possibilitou a identificação das motivações que levam esses indivíduos ao empreendedorismo: sobrevivência, liberdade financeira e realização de sonhos, as quais podem ser elencadas e divididas em diferentes impulsos.

A partir deste estudo, foi possível descrever as aspirações, oportunidades e desafios dos jovens empreendedores de Floriano-Piauí. Evidenciaram-se inúmeras aspirações que os movem no caminho empreendedor e os impulsionam na expansão de seus negócios, além de oportunidades que favorecem a prática empreendedora na cidade e desafios que dificultam administração de suas empresas e o alcance dos objetivos. Dessa forma, o objetivo geral de descrever as aspirações, oportunidades e desafios dos jovens empreendedores de Floriano-Piauí foi alcançado.

Contudo, como limitação de estudo, destaca-se a abrangência geográfica do estudo. Inicialmente, pretendia-se entrevistar jovens empreendedores de outras cidades. No entanto, falhas de comunicação e dificuldades de acesso impediram que o estudo abrangesse mais localidades. Por fim, o trabalho contribuiu para a disseminação da temática no meio acadêmico e na sociedade para o entendimento do assunto. Sugere-se, como pesquisas futuras, investigações acerca do empreendedorismo jovem em outros Estados, para que, assim, possa ser feito um estudo comparativo com este e geradas mais percepções sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BECKER, G. V.; LACOMBE, B. M. Colocando luz em quem tem “ideias luminosas”: Competências do Empreendedor de Base Tecnológica. In: 27º Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD), 27., 2003, Atibaia. **Anais [...]** Atibaia – SP: EnANPAD, 2003.

BERGUE, S. T. **Gestão de Pessoas em organizações públicas**. 3.ed. Caxias do Sul: EUCS, 2010.

BLUMENTHAL, Y. **Crowdfunding as a financing tool**: exploring the extra something. 2010. Dissertação (Mestrado em International Business: Entrepreneurship & SME Management) – School of Business and Economics, Maastricht University, Maastricht, 2010. Disponível em:
https://www.academia.edu/2643802/Crowdfunding_As_a_Financing_Tool_Exploring_The_Extra_Something. Acesso em: 10 mar. 2026.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Revista de Administração Mackenzie (Online)**, v. 9, n. 8, p. 39-63, dez., 2008. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800004>. Disponível em:
<https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/209>. Acesso em: 10 mar. 2026.

BRAUDEL, F. **The wheels of commerce**: civilization e capitalism 15th -18th century. v. 2. New York: Harper & Row, 1982.

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, p. 695-720, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122011000300007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/WXQH6z59RmbnbHvT9vtbqcD/?format=html&lang=pt>. Acesso em 10 mar. 2025.

CAPALDO, G.; FONTES, M. Young technological entrepreneurship in less developed European regions: Preliminary results of a comparative study of software firms in Portugal and Southern Italy. In: International Council of Small Business, ICSB, 44.,1999, Nápoles. **Anais [...]** Nápoles, Itália, 1999.

CARNEIRO, C. O estudo de casos múltiplos: estratégia de pesquisa em psicanálise e educação. **Psicologia Usp**, v. 29, p. 314-321, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-656420170151>. Disponível em: <https://revistas.usp.br/psicousp/article/view/150905>. Acesso em: 10 mar. 2026

CHIAVENATO, I. **Administração**: teoria, processo e prática. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. São Paulo: Manole, 2014.

COSTA, C. D. O empreendedor no Brasil. **Administradores**. 23 mar. 2009. Disponível em: <https://www.administradores.com.br/artigos/o-empreendedor-no-brasil>. Acesso em: 08 mar. 2025.

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

DORNELAS, J. C. **EMPREENDEADORISMO**: Transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA. **Juventude conectada**: organização Fundação Telefônica. São Paulo: Fundação Telefônica, 2014.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2017. São Paulo: ANEGEPE; SEBRAE, 2017. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 03 mar. 2025.

GIL, A. C. **Gestão de Pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, R. C. O. Empreendedor X e-Empreendedor. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 2, n. 1, p. 1-17, mai., 2003. DOI:

<https://doi.org/10.5329/RECADM.20030201004>. Disponível em:

<https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/443>. Acesso em: 10 mar. 2026.

GOMES, D. C. *et al.* Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. **Holos**, ano 30, v. 5, p. 324-334, 2014. DOI: <https://doi.org/10.15628/holos.2014.2220>. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/2220>. Acesso em 10 mar. 2026.

GOULART, M. V. S.; SANTOS, N. I. S. Protagonismo juvenil e capital humano: uma análise da participação política da juventude. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, n. 2, p. 127-136, mai./ago., 2014. DOI: <https://doi.org/10.4013/csu.2014.50.2.04>. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/csr/article/view/csu.2014.50.2.04>. Acesso em 10 mar. 2026.

HELLER, R. **Como Motivar Pessoas**. São Paulo: Publifolha, 1999.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LLISTERRI, J. J. *et al.* **Is youth entrepreneurship a necessity or an opportunity?** A first exploration of household and new enterprise surveys in Latin America. Washington, D.C.: Inter-American Development Bank, 2006. Disponível em: <https://publications.iadb.org/en/youth-entrepreneurship-necessity-or-opportunity-first-exploration-household-and-new-enterprise>. Acesso em: 10 mar. 2026.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Pearson, 2004.

LOPES, R. M. A. **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2019.

MARTINS, L. **Como influenciar e motivar pessoas**. São Paulo: Universo dos Livros, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAZUCATO, T. **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. 1. ed. Penápolis: FUNEPE, 2018. p. 54-58.

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

MICHAELIS, J. D. Dicionário online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 28 fev. de 2025.

MIGUEZ, V. B.; LEZANA, A.G. R. Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 2, p. 112-132, abr./jun., 2018. DOI: <https://doi.org/10.22279/navus.2018.v8n2.p112-132.624>. Disponível em: <https://navus.sc.senac.br/navus/article/view/624>. Acesso em 08 mar. 2026.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, v. 22, n. 37, p. 7 - 32., 1999.

Disponível em:

<http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/60815562/Analise%20de%20conte%C3%BAdo>. Acesso em 01 mar. 2025.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought.

Journal of Management History, v. 12, n. 1, p.12-35, 2006. DOI:

<https://doi.org/10.1108/13552520610638256>. Disponível em:

[https://fac.comtech.depaul.edu/pmurph12/Murphy,%20Liao,%20&%20Welsch%20\(2006\).pdf](https://fac.comtech.depaul.edu/pmurph12/Murphy,%20Liao,%20&%20Welsch%20(2006).pdf). Acesso em: 10 mar. 2026.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa – Características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, v. 1, n. 3, p. 1-13, 2º sem., 1996. Disponível em:

<https://regeusp.com.br/paper/pesquisa-qualitativa-caracteristicas-usos-e-possibilidades/>. Acesso em: 01 mar. 2025.

OLIVEIRA, A. A. S. *et al.* Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social. **Revista Eletrônica Organizações e Sociedade**, v. 8, n. 9, p. 56-68, 2019.

DOI: <https://doi.org/10.29031/ros.v8i9.436>. Disponível em:

<https://revista.facfama.edu.br/index.php/ROS/article/view/436>. Acesso em: 11 mar. 2026.

PARKER, S. C. **Economics of self-employment and entrepreneurship**. Cambridge: University Press, 2009.

PEREIRA, H. J., SANTOS, S. A. dos. **Criando seu próprio negócio**: como desenvolver o potencial empreendedor. São Paulo: SEBRAE/FIA/USP, 1995.

PINTO, A. R. **Empreendedorismo digital no setor bancário brasileiro**: uma análise de instituições bancárias tradicionais com surgimento das *fintechs*. 2020. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2020.

REIS, T. L.; SANTOS, Rejane Heloise. Empreendedorismo jovem: motivações, dificuldades e particularidades. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 2, p. 36-65, 2021. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/434>. Acesso em 11 mar. 2026.

RIBAS, R. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1, p. 1-19, jan./jun., 2011. Disponível em:

<https://revistas.pucsp.br/caadm/article/view/7781>. Acesso em 11 mar. 2026.



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. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.v1i1.15>. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/15>. Acesso em 11 mar. 2026.

ROSA, A. *et al.* Empreendedorismo, inovação e criatividade: uma análise bibliométrica. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGet, 17., 2020, Resende. **Anais [...]**. Resende-RJ: AEDB, 2020.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**: Manual do Aluno. São Paulo: SEBRAE, 2007.

SOARES, M. A. F.; MACHADO, H. P.V. Jovens empreendedores: perfil, dificuldades na gestão e perspectivas dos empreendimentos. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE, 4., 2005, Curitiba. **Anais [...]**, Curitiba-PR: EGEPE, 2005.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, nov./dez., 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141244>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/s8SRpzv4FFtYZWfCqLn7kyn/>. Acesso em: 12 mar. 2026.