



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANA CLARA BATISTA DE CARVALHO

EMPREENDEDORISMO JOVEM: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS
MICROEMPREENDEDORES JOVENS DA CIDADE DE ÁGUA BRANCA-PIAUÍ

ANGICAL DO PIAUÍ

2022

ANA CLARA BATISTA DE CARVALHO

EMPREENDEDEDORISMO JOVEM: ANÁLISE DO PERFIL DOS
MICROEMPREENDEDORES JOVENS DA CIDADE DE ÁGUA BRANCA-PIAUÍ

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Bacharelado em
Administração do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical.

Orientadora: Prof^a. Azenate Alves.

ANGICAL DO PIAUÍ

2022

EMPREENDEDORISMO JOVEM: ANÁLISE DO PERFIL DOS MICROEMPREENDEDORES JOVENS DA CIDADE DE ÁGUA BRANCA-PIAUÍ

Ana Clara Batista de Carvalho¹
Azenate Alves²

RESUMO

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto levam a transformação de idéias e oportunidades. Com isso, os jovens se juntam ao empreendedorismo promovendo a sua inclusão no mercado de trabalho, tendo em vista que o empreendedorismo jovem também é responsável por promover o desenvolvimento socioeconômico. O presente trabalho tem como objetivo analisar o perfil dos jovens micro empreendedores da cidade de Água Branca- Piauí. A pesquisa se caracteriza de forma descritiva, com finalidade aplicada e com abordagem quali- quantitativa. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e após aplicado um questionário com sessenta e um micro empreendedores da cidade. Conclui-se que na pesquisa, o perfil empreendedor com maior predominância no município, foram os jovens com idade entre vinte e um a vinte e nove anos, do sexo masculino e com renda entre um a cinco salários mínimos. A maioria possui o ensino médio seguido do ensino superior.

Palavras-chave: Empreendedorismo; empreendedorismo jovem; perfil empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the involvement of people and processes, which together lead to the transformation of ideas and opportunities, thus, young people join entrepreneurship promoting their inclusion in the labor market, considering that youth entrepreneurship is also responsible for promoting socioeconomic development. The present work aims to analyze the profile of young microentrepreneurs in the city of Água Branca- Piauí. A bibliographical research was carried out and afterwards a questionnaire was applied to sixty-one microentrepreneurs of the city. It was concluded that in the research, the entrepreneur profile with the highest predominance in the city was young people between twenty-one and twenty-nine years old, male, and with income between one and five minimum wages. Most have a high school education, followed by higher education.

Keywords: Entrepreneurship, youth entrepreneurship, entrepreneurial profile.

Data de aprovação: 14/06/2022

¹Estudante do Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. caang20181baa02@aluno.ifpi.edu.br.

²Professora Orientadora vinculada ao Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. azenate@ifpi.edu.br.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está além do fundador de uma empresa. Nele contém um milhão de emoções, conhecimentos, dedicação e inovação. É necessário ter um verdadeiro espírito empreendedor para seguir em frente com uma empresa bem sucedida. Os empreendedores são considerados os heróis da população, onde por meio do empreendedorismo é garantido a criação de empregos, o crescimento econômico e a constante inovação (BUENO,2007).

Nos últimos anos, observa-se que o empreendedorismo vem se destacando em todo o Brasil. “Por sua vez, se destaca pela capacidade em que uma pessoa tem de identificar problemas, oportunidades e desenvolver soluções para a sociedade” (SEBRAE, 2020).

Segundo Conceição (2017), o empreendedorismo jovem é responsável por incluí-los no mercado de trabalho, pois promove o desenvolvimento socioeconômico. Por meio disso, ele se responsabiliza em direcionar a melhoria da qualidade de vida dos jovens empreendedores, promovendo vagas de emprego a cada negócio que se inicia e por seguinte, diminuindo a taxa de desemprego em todo o mundo.

De acordo com Carvalho, Leão e Teixeira (2012), entender o perfil dos jovens empreendedores, facilita traçar as políticas adequadas em direcionamento ao público jovem, satisfazer a necessidade e contribuir para o desenvolvimento do negócio. Nesse contexto, possibilita-se o maior aprofundamento e entendimento dos responsáveis, para implantação de projetos que viabilizem a formação dos empreendedores no seu primeiro negócio.

Diante da apresentação, surge um problema: Quais os fatores motivacionais e os principais desafios que os jovens micro empreendedores da cidade de Água Branca encontram? O objetivo geral do presente trabalho, é analisar o perfil dos jovens micro empreendedores da cidade de Água Branca - Piauí. Seguindo com os objetivos específicos, verificar as principais motivações dos jovens empreendedores, apontar os principais desafios encontrados para empreender em Água Branca - Piauí e identificar as principais fontes de financiamentos utilizados pelos micro empreendedores jovens da cidade de Água Branca - Piauí.

O presente trabalho se mostra significativo, por ter como objeto de estudo o perfil dos jovens micro empreendedores, onde procura respostas para as principais motivações e desafios que eles enfrentam. É importante ressaltar que após obter conhecimentos sobre o perfil dos jovens empreendedores, é possível a realização de ações e projetos voltados para as necessidades dos jovens empreendedores do município de Água Branca - Piauí.

Diante disso, por ser um tema notável e da atualidade, foi despertado o interesse do estudo nessa área, e também é nítido que o interesse pelo tema é cada vez mais presente no mercado, contribuindo igualmente para a realização de estudos na área acadêmica de administração. Para isso, parte-se de uma pesquisa com a abordagem qualitativa- quantitativa, e natureza aplicada. Quanto aos objetivos, se enquadra de forma descritiva, com procedimentos bibliográficos e sob pesquisa de campo. A coleta de dados será por meio do questionário estruturado aplicado aos jovens empreendedores de Água Branca - Piauí.

O texto está organizado em seções, onde a primeira foi denominada introdução, seguido do referencial teórico trazendo todo o embasamento teórico dos autores, em sequência a análise dos resultados e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEORICO

Nessa sessão será abordado os principais conceitos de empreendedorismo, trazendo a contextualização de alguns autores. O texto desta dividido nas seguinte temáticas: Empreendedorismo; Empreendedorismo no Brasil; Empreendedorismo jovem; Processo empreendedor; fatores que influenciam a atividade empreendedora de jovens.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias e oportunidades. Dornelas (2008 p. 22). Por meio disso, é possível tornar um negócio de sucesso, abrangendo todas as idéias lançadas e as oportunidades que surgem durante todo o processo de empreendimentos. O empreendedor, por sua vez, é responsável pela criação das idéias, além disso deve estar preparado para assumir os riscos e nunca deixar de inovar no seu negócio (CHIAVENATO, 2007).

Ainda para Dornelas, (2008), o empreendedor é responsável por assumir os riscos calculados, e também é responsável por detectar as oportunidades. Em razão disso, ele se encontra cada vez mais ligado ao seu negócio, onde por meio dele, se conecta e está em constante ligação aceitando os riscos previstos e adquirindo todas as oportunidades que são ofertadas.

Para Conceição (2017), o empreendedorismo é responsável por produzir as riquezas de um país, tendo em vista que as atitudes podem apresentar o bem estar social, já que o mesmo não se prende apenas em abrir um negócio. Com isso, é possível compreender, que ele se caracteriza como uma finalidade de executar ações que podem solucionar problemas da sociedade no que se refere ao desenvolvimento socioeconômico da população. Para Zampier e Takahashi (2011), destaca que o empreendedor tem a capacidade de criação e transformação, com habilidades de gerar impacto à população até mesmo com algo já existente.

Em consequência disso, com o aumento do desemprego, o empreendedorismo vem se instalando em todos os lugares. De acordo com Pinheiro Lima e Lima (2012), o empreendedorismo surgiu em muitos países como uma resposta ao desemprego, uma vez que as grandes organizações têm se tornado cada vez mais tecnológicas, provocando alterações nas formas de trabalho e produção. Há muitas definições do termo empreendedor, essas definições vêm evoluindo com o tempo à medida das mudanças da sociedade e à medida que a estrutura econômica mundial se torna mais complexa (SILVA 2014, p.8).

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil

De acordo com Conceição (2017), desde a década de 70 e 80, o mercado e a divisão do trabalho tem se reestruturado devido às mudanças tecnológicas e de processos produtivos nas organizações que demandam profissionais cada vez mais qualificados. Em consequência disso, para se inserir no mercado de trabalho está cada vez mais dificultoso com relação às existências cobradas pelos empregadores.

No Brasil o empreendedorismo era pouco visto na década de 80. Com isso, o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 90, quando foram criadas entidades, como o Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE), e a Sociedade para promoção da excelência de software brasileiro (SOFTEX). (DORNELAS, 2008).

O SEBRAE, atua no Brasil desde 1972 com o incentivo ao empreendedorismo sendo um dos órgãos mais conhecidos pelo pequeno empresário brasileiro. SEBRAE (2021). Ademais, Dornelas (2013), destaca que a principal forma em que o empreendedorismo se instalou na sociedade brasileira, foi por meio dos programas da softex, incubadoras de empresas e as universidades.

Segundo Matos, Souza e Hariz (2014, p. 12), durante a década de 1990, as pequenas empresas contribuíram de forma considerável para a criação de novas oportunidades de emprego e o empreendedorismo contribuíram muito para o crescimento econômico.

Para Baggio (2015): “A cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo. Esta está onipresente. Ele só precisa de estímulo, como uma flor precisa de sol e um pouco de água para brotar na primavera.” (BAGGIO E BAGGIO, 2015 p.26).

O Brasil no ano de 2020, ocupou o 7º lugar na taxa total de empreendedorismo no mundo, obtendo uma porcentagem de 31,6%. Essas informações constam no relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2020) realizada no Brasil pelo SEBRAE em parceria com o Instituto brasileiro de qualidade e produtividade (IBRQ).

2.1.2 Empreendedorismo jovem

No mundo há uma grande quantidade de pessoas desempregadas, e dentre elas existem uma grande parte que são jovens. De acordo com Matos, Pereira e Hariz (2010), é preciso multiplicar empresas, transformando jovens em empresários capazes de criar negócios de sucesso, e, portanto, contribuir oportunidades para grande geração. Para Bulgocov, Cunha, Camargo, Meza e Bulgocov (2011), o perfil dos jovens brasileiros, se encontram em um modelo auto empregadores, em razão do baixo número de empregados em seus negócios, e apresenta pouca estrutura para resolver os possíveis riscos.

Grande parte das empresas são criadas por jovens tornando o empreendedorismo jovem cada vez mais evidente para o Brasil e no mundo os mesmos que estão inseridos no empreendedorismo, têm um papel fundamental na sociedade, onde contribui para o desenvolvimento tanto econômico para o país e também o crescimento pessoal de cada indivíduo. Diante disso, o Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE) destaca que:

Os jovens empreendedores exercem o papel fundamental nos aspectos sociais e econômicos do país, buscando contribuir com qualidade de vida de outras pessoas, melhorar o ambiente em que vivem, criando novas vagas de emprego, desenvolvendo e disseminando idéias. (SEBRAE ,2018, p.16).

O *Global Entrepreneurship Monitor*- GEM é um consórcio de pesquisadores na área do empreendedorismo vinculados e renomados instituições de pesquisas de mais de 100 países. Segundo o relatório da GEM (2020), os empreendedores mais jovens se encontram com a menor taxa de 7,2%. Por meio disso, estou apresentando a menor taxa que os jovens atingiram a uma marca de 1.8 milhões que empreenderam e manteve o seu negócio por mais de 3,5 anos.

De acordo com Texeira, Ducci, Sarrassini, Muunchê e Ducci (2011), os jovens empreendedores se mantêm em grande taxa em relação à importância de ações específicas e também do desenvolvimento de políticas públicas. Dessa forma, os jovens empreendedores são capazes de estimular os direitos da cidadania, no âmbito econômico e social.

2.2 PROCESSO EMPREENDEDOR

Primeiramente, o processo é uma sequência lógica de tarefas a serem cumpridas para o alcance de determinados resultados. Em consideração a isso, o processo empreendedor está atrelado ao empreendedorismo como algo que o sucesso do empreendedor irá depender de vários fatores. (PINHEIRO, LIMA e LIMA ,2012).

De acordo com Dornelas (2008), o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Perante o exposto, o processo empreendedor se caracteriza como o processo de iniciação da criação de novas organizações, tendo em vista a excursão de atividades empresariais para um novo negócio envolvendo criações inovadoras e comprometimento com a empresa.

No processo empreendedor, é importante que o empreendedor é a sua empresa, esteja sempre habilidoso em abraçar as oportunidades e estar atenciosos aos riscos. Por meio disso Batysti e Winzierl (2010), destaca quatro aspectos básicos para ser um empreendedor: primeiro envolve o processo de criação, que tem o valor para o empreendedor, exigir dedicação do tempo e esforço, assumir riscos, recompensa e retornos.

O processo empreendedor não está relacionado a um evento isolado contendo somente uma fase principal, ele está relacionado a fases, que juntas foram o processo empreendedor. De acordo com Dornelas (2013 p.33), o processo empreendedor se enquadra em quatro fases: 1. Identificar e avaliar a oportunidade, 2. Desenvolver o plano de negócios, 3. Determinar e captar os recursos necessários, 4. Gerenciar a empresa.”

A primeira fase de identificar a oportunidade é considerada a mais difícil. Guzatti (2017), destaca que as oportunidades são consideradas uma forma de alerta aos indivíduos, onde são obtidos resultados, a fim de mostrar novas possibilidades.

A segunda fase é desenvolver o plano de negócios, nessa fase Dornelas destaca que:

Ela envolve vários conceitos que devem ser expressos de forma escrita, em poucas páginas dando forma a um documento que sintetiza toda a essência da empresa de negócio, seu mercado e competidores, como vai gerar receitas e crescimento. (DORNELAS ,2013, p.27).

A terceira fase do processo está relacionada a determinar e captar os recursos necessários. Para Dornelas (2013), determinar os recursos, está inserido no plano de negócios que foi preparado na fase anterior, já a captação pode ser feita por diferentes fontes distintas. O essencial para a terceira fase, é reconhecer os recursos necessários, averiguar o que está disponível e aplicar as estratégias para obter os recursos. (GUZATTI ,2017).

Ainda para Guzatti (2017), gerenciar a empresa criada, representa a quarta fase, tendo como exigência a estruturação do empreendimento e organização administrativa. Nessa fase é essencial o gerenciamento da empresa, trazendo para ela medidas eficazes para expansão do negócio.

2.3 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Silva (2014), relata não existir um único tipo de empreendedor. Dornelas (2008), identifica sete tipos de empreendedor, dentre eles existem os empreendedores natos(mitológicos), o que aprende (inesperado), o empreendedor serial (cria novos negócios), ou corporativo, o empreendedor social, o empreendedor por necessidade e o herdeiro. O quadro 1 a seguir, irá mostrar a classificação de cada tipo de empreendedores:

Quadro 1 – Tipos de empreendedores

TIPOS DE EMPREENDEDORES	
EMPREENDEDOR NATO	É o mais comum e conhecido entre os tipos de empreendedores. Geralmente começam a trabalhar no ramo empresarial desde cedo, assim adquirindo experiências com vendas e negociações capazes de ter grandes empresas de sucesso. (DORNELAS, 2008).

EMPREENDEADOR COORPORATIVO	Conhecido como desbravadores. Se destacam dessa forma por serem dedicados a fim de transformar uma idéia em um produto de grande sucesso. O empreendedor social, é o empreendedor com atitudes proativas em relação ao desenvolvimento da sociedade. (BATTISTI E WINZIERL, 2010).
EMPREENDEADOR INESPERADO	Se apresenta comum entre os tipos de empreendedor. Esse tipo de empreendedor, se classifica como uma pessoa desacreditada e que de repente surgir novas oportunidades a ela se dedicar ao seu próprio negócio. (SILVA,2014).
EMPREENDEADOR SERIAL	Esse tipo de empreendedor, é apaixonado não apenas pela empresa que cria, mas sim por estar sempre criando outras empresas. Se destaca por ter facilidade em montar e liderar equipes, motivar e colocar a empresa em funcionamento. (DORNELAS, 2008).
EMPREENDEADOR HERDEIRO	O empreendedor por necessidade, ao escolher ter o seu próprio negócio facilmente foi a sua única alternativa, geralmente o empreendedor não tem acesso ao mercado de trabalho. O empreendedor herdeiro, e responsável por levar adiante a empresa herdada de sua família, o seu desafio e sempre multiplicar o patrimônio recebido. (DORNELAS,2008).

Fonte: Elaboração do autor

Acima foi apresentado os conceitos dos principais tipos de empreendedorismo, destacando também suas principais relevâncias. Por meio disso,é possível observar que existem vários tipos de empreendedorismos que atendem os diferentes estilos de cada pessoa.

2.4 FATORES QUE LEVAM OS JOVENS A EMPREENDER

O empreendedorismo está presente em meio às dificuldades dos jovens, ao encontrar uma oportunidade de se manter financeiramente e superar o desemprego. “ Por meio disso, o incentivo ao empreendedorismo juvenil é uma das estratégias que os agentes públicos estão utilizando, de forma crescente para reduzir o desemprego entre os jovens”. (MARCOS E PEREIRA ,2020, P.8).

Nos últimos anos a disseminação do empreendedorismo por sua vez, está cada vez mais intensa, na população mais jovens. Isso caracteriza uma grande evolução, tendo em vista que antigamente os riscos aparentes na criação de empresas eram consideravelmente grandes. (DORNELAS,2019).

Os resultados globais da pesquisa mostraram que 31% dos jovens vêem o empreendedorismo como uma oportunidade para uma mudança de carreira, enquanto 26%buscam complementar a renda depois que suas horas de trabalho foram reduzidas, por conta da pandemia – dado que também aparece para 22% dos brasileiros. (UOU, 2021).

De acordo com o Gem (2019), pode-se identificar as motivações do empreendedorismo de duas formas: por necessidade e oportunidade. Para Simão (2012), o

empreendedor por necessidade se caracteriza por começar um negócio por estar desempregado, usando o empreendedorismo como forma de ganhar dinheiro para se manter financeiramente. Já o por oportunidade, busca preencher no mercado uma vaga ainda não atendida e que tenha poucos concorrentes.

Conceição (2017) destaca que, os empresários que não possuem uma alternativa de rendimento para subsistência própria e de seus familiares, acabam vendo como maneira sobrevivência o empreendedorismo por necessidade. Mesmo possuindo alternativas de renda e emprego concorrente, o empreendedor por necessidade enxerga um potencial nicho de mercado.

3. METODOLOGIA

Diante dos parâmetros, define-se descritiva o objetivo de estudo que serviu para atender o objetivo geral do trabalho. A pesquisa descritiva é uma das classificações da pesquisa científica, onde tem como objetivo a descrição das características de uma população. Para Gil (2017), a pesquisa descritiva, salientam-se aquelas que têm como objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estudo de saúde física e mental. Diante disso, na pesquisa descritiva, realiza-se um estudo aprofundado sobre o objetivo proposto, não tendo a interação ou envolvimento do pesquisador.

Quanto à finalidade, a pesquisa se enquadra como pesquisa aplicada, com a finalidade de investigar os problemas identificados pelo pesquisador na sociedade em que vive. Gil (2017), destaca que a pesquisa aplicada está voltada para a captação de informações, focado em uma situação específica. Desse modo, a pesquisa busca analisar o perfil dos micro empreendedores no que se refere às principais motivações, desafios e as fontes de financiamentos utilizadas por eles.

Buscando resolver o questionamento, a pesquisa se caracteriza como uma abordagem qualitativa -quantitativa, que tem como objetivo reunir todos os dados dos jovens micro empreendedores da cidade de Água Branca - Piauí, para assim analisar o seu perfil. Utilizou-se parâmetros estatísticos, para analisar os dados transformando-os em números. Também foi utilizado a subjetividade que é feita de forma descritiva.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, foi realizada uma pesquisa do tipo bibliográfica. A pesquisa bibliográfica é elaborada com materiais já publicados, e entre eles estão os materiais impressos como revistas, jornais, livros, teses artigos, passando a incluir também os materiais da Internet. (GIL,2017). Aconteceu nas plataformas Google acadêmico, utilizando as palavras chaves: Empreendedorismo, perfil empreendedor, empreendedor jovem.

O público alvo dessa pesquisa foram os empreendedores jovens da cidade de água branca-Piauí. O universo da pesquisa, encontrou-se 806 microempreendedores registrados pelo portal do empreendedor. Para delimitar a amostragem foi utilizado critérios de idade e porte da empresa. Diante disso, encontrou-se o número de duzentos microempreendedores com idade entre 18 a 29 anos. O retorno das repostas, teve o alcance de 30% do número total dos participantes. A abordagem do pesquisador para com o empresário, foi feita por meio de visitas aos escritórios das empresas sendo ofertado o material do questionário impresso, e também por meio de redes sociais, onde foi feito o envio do arquivo no formato Word.

A classificação da pesquisa conforme os procedimentos técnicos, também se classifica como um estudo de campo. O estudo é realizado no lugar de origem do fenômeno, na qual é uma pesquisa mesmo abrangente, mas que conta com um grande aprofundamento no tema da pesquisa. Por meio disso foram recolhidos sessenta e um questionários, na qual foram respondidos pelos micro empreendedores jovens da cidade de Água Branca.

Para a coleta de dados, foi utilizado o questionário. Para Oliveira (2011), o questionário conta com vantagens, dentre eles o autor destaca o maior alcance no número de pessoas, é econômico, e se destaca pela padronização das questões. O questionário apresentava questões de múltipla escolha buscando respostas para os seguintes aspectos:

Quadro 2 – Indicadores e variantes

VARIAVEIS	INDICADORES
IDENTIDADE DO JOVEM EMPREENDEDOR	• IDADE • SEXO • ESCOLARIDADE • RENDA FAMILIAR
MOTIVAÇÃO DOS JOVENS PARA EMPREENDER	• MOTIVO POR TER INICIADO O EMPREENDIMENTO • PREPARAÇÃO DURANTE A ESCOLA • CONEXÃO COM O MUNDO EMPREENDEDOR • NUMER DE EMPRESAS • FONTES DE FINANCIAMENTO
CARACTERISTICAS DA EMPRESA	• SEGMENTO • PORTE DA EMPRESA • NUMERO DE FUNCIONARIOS • FATURAMENTO ANUAL • IDADE DA EMPRESA
PRINCIPAIS DIFICULDADES	• DIFICULDADES INTERNAS • DIFICULDADES EXTERNAS

Fonte: Elaboração do autor

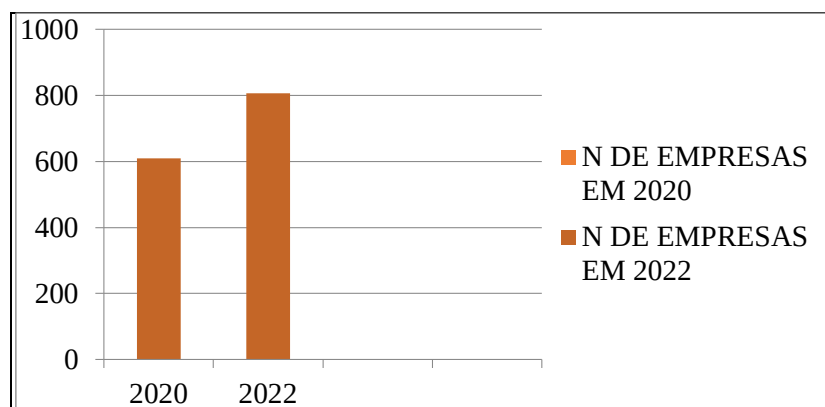
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Por meio de um levantamento realizado na sala do empreendedor da cidade de Água Branca –PI, obteve-se a totalidade das empresas que se encontram optantes no sistema de recolhimento em valores fixo mensais dos tributos (SIMEI) devidos pelos Micro Empreendedores Individuais.. (RECEITA FEDERAL, 2022). Diante disso, o número e empresas registradas como MEI, até o mês de abril de 2022 são de 806, tendo um aumento em relação ao ano de 2020 que eram de 610 empresas registradas.

A seguir, o gráfico 1 mostra o crescimento de registros de MEI que teve em relação ao período analisado, levando em consideração que esse crescimento tem correlações a pandemia do COVID -19, pois nesses períodos as pessoas se encontraram em situações que despertaram o interesse pelo empreendedorismo, seja ele por necessidade ou por oportunidades.

4.1 CRESCIMENTO DE EMPREENDIMENTOS EM ÁGUA BRANCA

Gráfico 1 – Crescimento de empresas



Fonte: Elaboração do autor

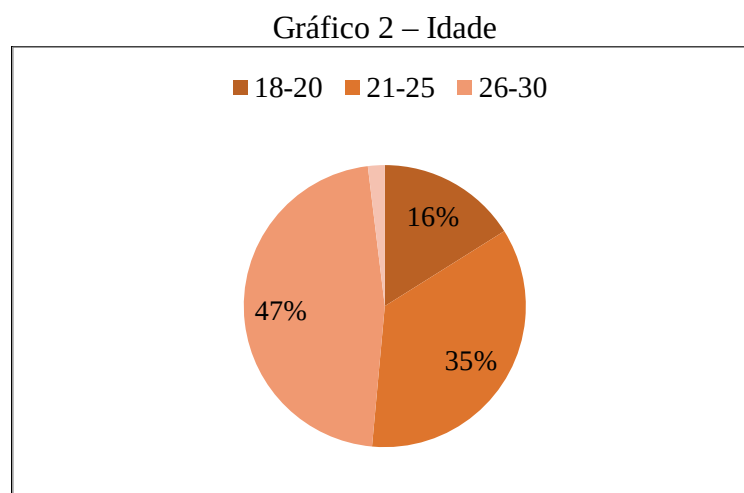
A pesquisa também permitiu utilizar uma segmentação da faixa etária, para descobrir a quantidade de jovens micro empreendedores atuantes no município. Os dados fornecidos, destacam que as idades de 18 a 20 anos encontram -se 11 empresas e as idades de 21 a 30 anos, se encontra 189 empresas totalizando o número de 200 registros de micro empreendedores jovens no município.

4.2 IDENTIDADE DOS JOVENS EMPREENDEDORES

Para analisar o perfil dos micro empreendedores utilizou-se as seguintes variáveis: sexo, idade, escolaridade e renda familiar. Para apresentar melhor os resultados, será ilustrados gráficos para cada variável.

Em relação a idade, os jovens pesquisados se encontram com faixa etárias de 18 a 29 anos. Diante disso, 48% dos jovens empreendedores declaram ter de 26 a 29 anos, totalizando o maior número de participantes, 36% abordam ter idade de 21 a 25 anos, 16% representam os jovens com idade de 18 a 20 anos se mostrando o menor número de participantes.

O gráfico 2, esclarece as porcentagens de todos os grupos alcançados, destacando em maior domínio a faixa etária das idades de 26 a 30 ano. Diante desses dados, é importante ressaltar que as idades podem ser identificadas como uma fase de maior amadurecimento dos jovens. (Carvalho, Leão e Teixeira, 2012).

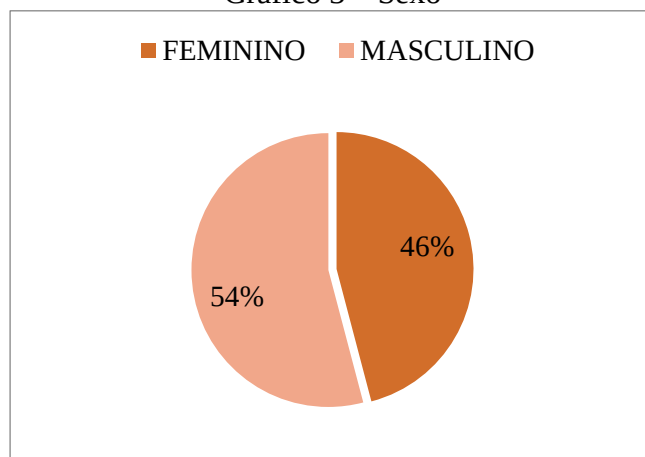


Fonte: Elaborado pelo autor

Para analisar a variável SEXO, o gráfico 3 apresenta a seguinte constatação. Dos jovens participantes 33 empreendedores são pertencentes ao gênero masculino,

correspondente a 54%, enquanto 28 empresários declararam ser do sexo feminino totalizando 46% da amostragem. Dessa maneira, os resultados dessa etapa se encontram em uma pequena variação, tornando o gênero masculino em destaque.

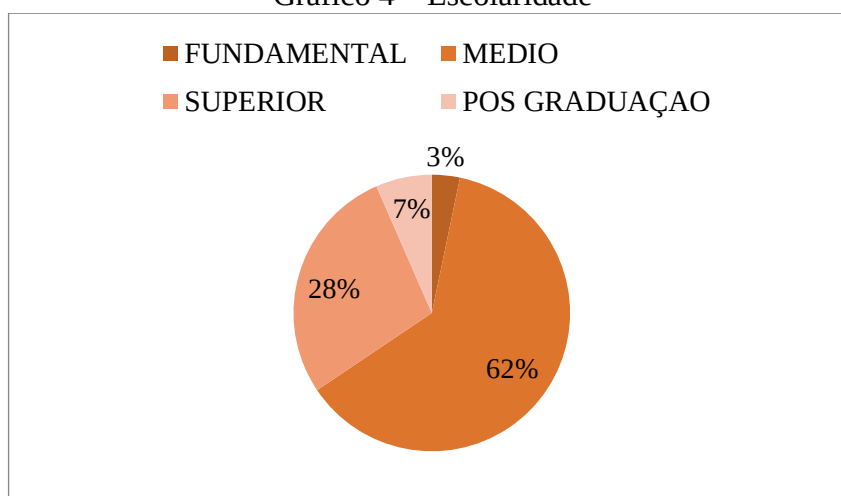
Gráfico 3 – Sexo



Fonte: Elaboração do autor

No que se refere a escolaridade dos jovens, o resultado encontrado com o maior índice foi dos jovens que tem apenas o ensino médio, apresentando 64% dos participantes totalizando o número de 38 pessoas. Em seguida 28% dos jovens afirmam ter ensino superior. Ademais 7% afirma ter ensino superior e 3% afirmam ter ensino fundamental, como ilustra o gráfico 4. Diante disso, Bulgacov, Camargo, Meza e Bulgacov (2011), destaca que o baixo nível de escolaridade dos empreendedores jovens tem com reflexo o sucesso do empreendimento e características socioeconômicas, está atrelado a limitação do crescimento pessoal e do seu negócio, tendo em vista que há melhoramento decorrente na formação dos jovens principalmente em relação a educação superior.

Gráfico 4 – Escolaridade

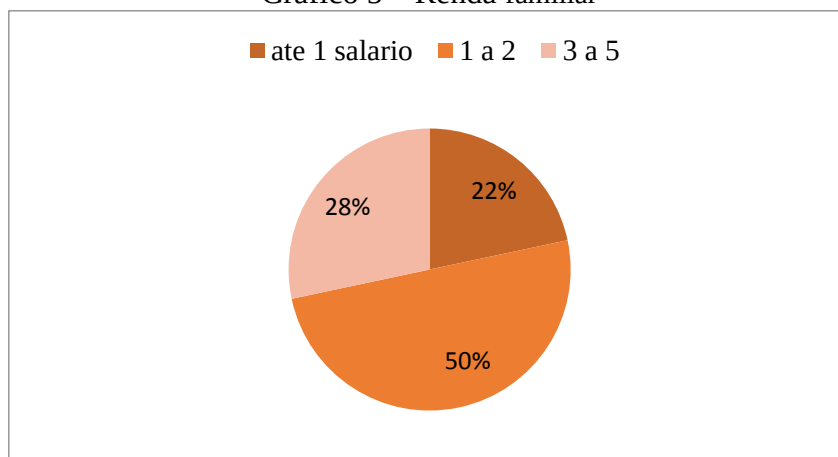


Fonte: Elaborado pelo autor

No que tange a renda familiar dos jovens micro empreendedores, foi identificado em maior percentual renda de 1 a 2 salários mínimos caracterizando 49% dos participantes. Em seguida 30% declaram ter renda de 3 a 5 salários mínimos, e 21% ter renda de 1 salário. Os dados demonstram que maioria dos micro empreendedores não possuem uma renda alta, podendo ser uma das vertentes que impedem o crescimento de seus negócios no município.

Diante disso Bulgacov, Camargo, Meza e Bulgacov (2011), destacam que no Brasil de forma geral, a distribuição de renda é feita de forma desigual, onde uma grande parcela das famílias possuem baixo rendimento e consequentemente baixa capacidade de investimentos.

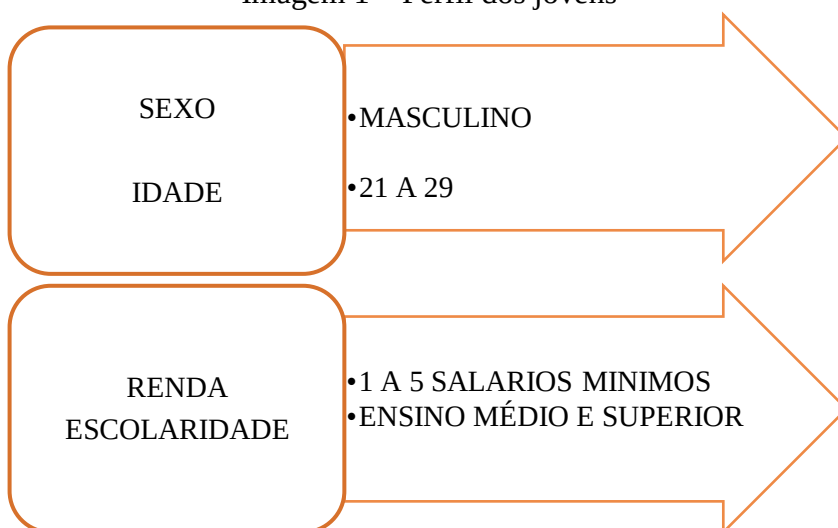
Gráfico 5 – Renda familiar



Fonte: Elaborado pelo autor

Em virtude desses primeiros dados apresentados na identificação dos jovens micro empreendedores, podemos identificar um breve perfil:

Imagem 1 – Perfil dos jovens



Fonte: Elaborado pelo autor

4.3 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

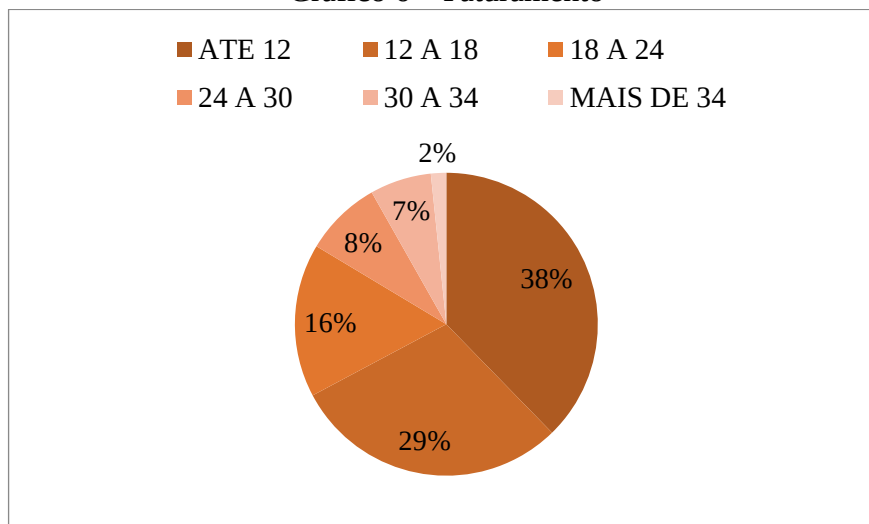
Nessa etapa, procurou-se um apanhado das características das empresas como o número de empresas que os micro empreendedores possuem, o porte da empresa, a idade da empresa e a média de faturamento bruto anual.

Com relação ao porte da empresa, 100% dos participantes atendem a essa categoria de micro empreendedor individual. A criação do MEI, foi criada com o objetivo de regularizar a situação dos profissionais informais. (SEBRAE, 2022).

O faturamento anual bruto das empresas na qual foram estudadas, tem como o maior índice 38%, em que se refere ao faturamento de até 12 mil anual. Seguido de 29% o faturamento que correspondem o valor de 12 a 18 mil. Para o faturamento de 18 a 24 mil

anual, encontrou-se uma porcentagem de 16% e apenas 8% dos jovens empreendedores, declaram faturar o valor de 24 a 30 mil reais. Para finalizar, 7% dos empreendedores faturam em média de 30 a 34 mil, enquanto apenas 2% dizem faturar mais de 34 mil anual. Com isso, podemos observar, que o faturamento da maioria das empresas se encontra dentro do limite anual que é permitido para os micro empreendedores individuais.

Gráfico 6 – Faturamento

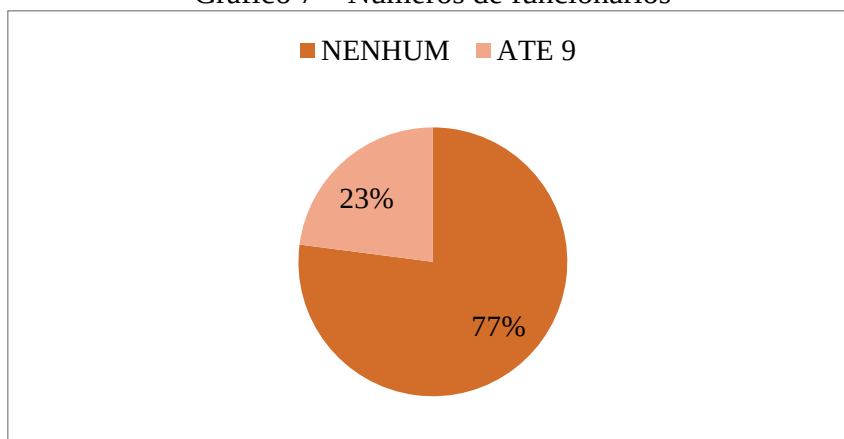


Fonte: Elaborada pelo autor

No estudo dos dados sobre o número de funcionários de cada empresa, utilizou-se duas variáveis, sendo a opção de nenhum colaborador e a opção de até 9 funcionários, sabendo que para os micro empreendedores individuais podem ser feitas somente a contratação de um funcionário. Diante disso, mesmo com esse direito de ter um funcionário, grande maioria dos jovens declaram não ter nenhum funcionário a estar colaborando juntamente a ele na sua empresa. O percentual obtido para essa variável, foi de 77%, já por outro lado, apenas 23% destacam ter um colaborador em sua empresa auxiliando nas atividades das empresas.

Os gráficos a seguir, descrevem a suas respectivas porcentagens:

Gráfico 7 – Números de funcionários

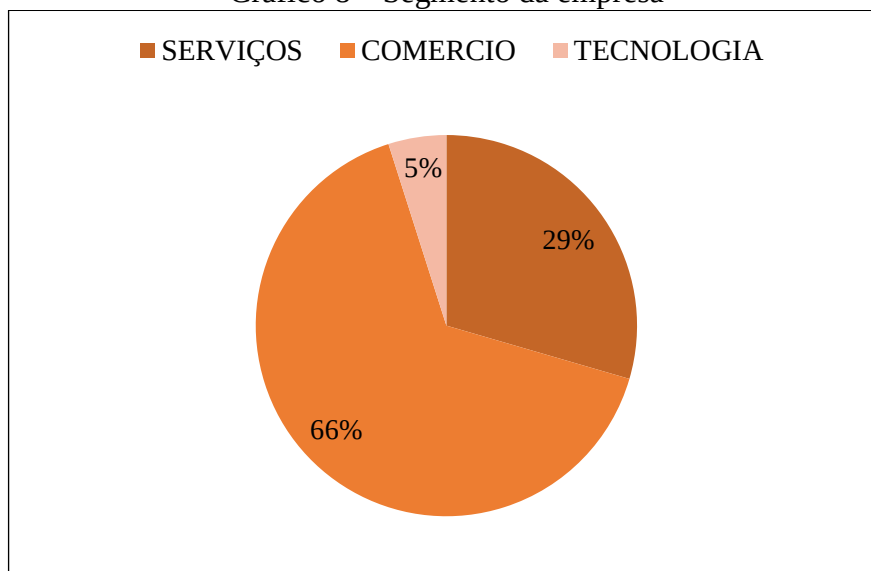


Fonte: Elaborada pelo autor

Afim de analisar os segmentos das empresas, por meio dos questionários aplicados foram obtidos três segmentos, o comercio, serviços e tecnologia. Com o maior domínio, a

cidade de Água Branca que foi estudada destaca o setor de comércio predominante na cidade. Os jovens micro empreendedores declaram ter suas empresas no segmento comércio com quarenta participantes, destacando (66%). dos participantes. Após o comércio vem as empresas que prestam serviços apresentando dezoito pesquisados (29%) e por fim as empresas do segmento tecnologia com apenas três empresas nesse segmento (5%).

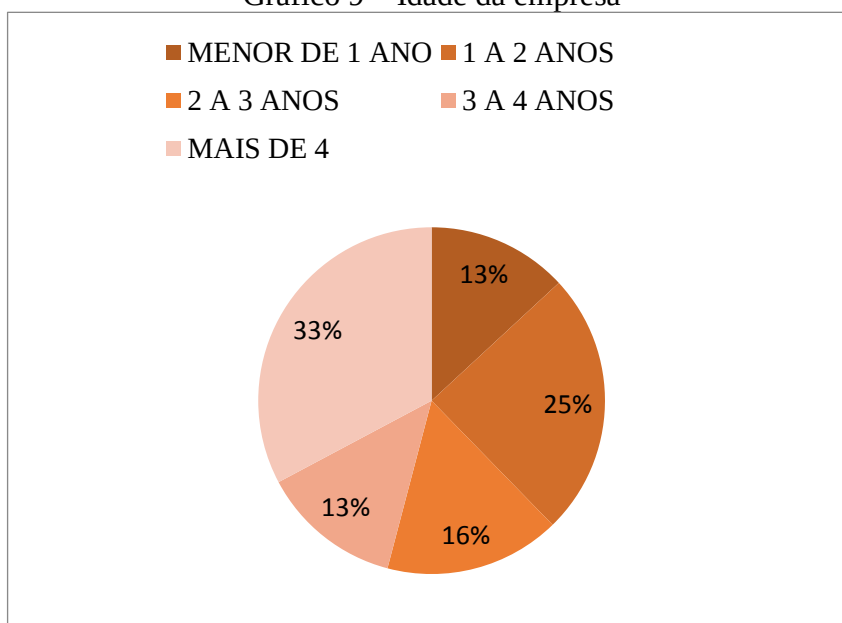
Gráfico 8 – Segmento da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 9, será exposto sobre as idades das empresas. Diante disso, é interessante observar que a maior parte das empresas estão com a durabilidade significativa, tendo assim um equilíbrio bem relevante. Dentre os jovens empreendedores 33% destacam ter seu negócio a mais quatro anos, em seguida as empresas com um a dois anos de funcionamento representam 25% dos participantes. As empresas de 2 a 3 anos, destacam 16%, e as empresas de 3 a 4 e as menores de um ano, representam 13% respectivamente.

Gráfico 9 – Idade da empresa

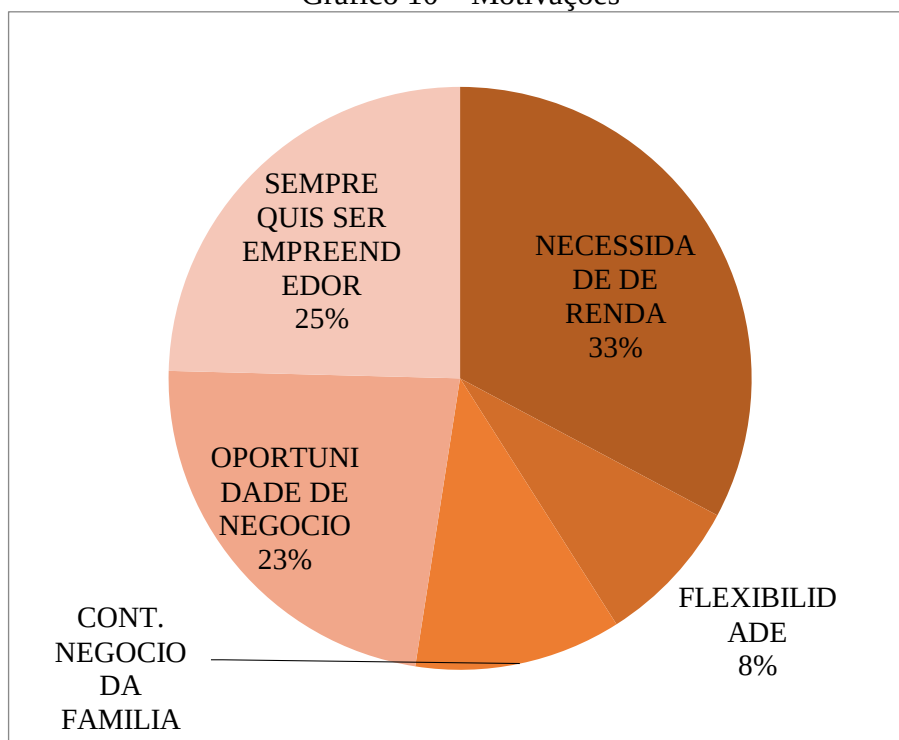


Fonte: Elaborada pelo autor.

4.4 MOTIVOS QUE LEVAM OS JOVENS A EMPREENDER

É possível observar que na cidade de Água Branca é presente um grande número de empresas, mas mesmo assim ainda é escasso o número de vagas de emprego disponível no mercado local, despertando o interesse na população em abrir seu próprio negócio. Com isso, pesquisa buscou responder as principais motivações que levaram os jovens a empreender, tendo como maioria vinte participantes, correspondendo (33%) declaram, ter iniciado o seu negócio por uma necessidade de uma renda sendo ela básica ou extra. Quinze participantes (25%), afirmam que sempre quis ser empreendedor e quatorze (23%), apontam que decidiram empreender por motivos de identificar seu empreendimento como uma oportunidade de negócio. Além dessas variáveis, sete (11%) participantes decidiram continuar o negócio da sua família e cinco (8%) dos jovens destacam ter tido como motivação a flexibilidade nos horários.

Gráfico 10 – Motivações

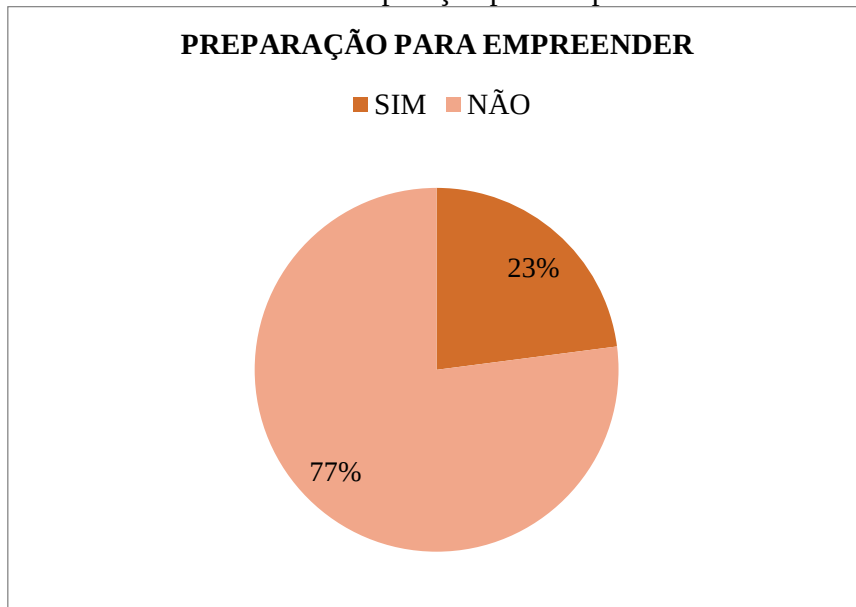


Fonte: Elaboração do autor

O incentivo da educação empreendedora no município de Água Branca é bem carente, onde fica evidente quando se observa a falta de qualificação para empreender. De acordo com as respostas dos participantes, apenas quatorze participantes equivalente a 23%, declaram ter se preparado durante a vida escolar para empreender, enquanto quarenta e sete, representando 77% declaram que durante o período escolar não tiveram nenhuma preparação, com ilustra o gráfico 11. Por meio disso, podemos afirmar que essa pequena porcentagem que tiveram essa preparação, se encontra em vantagem em relação a outra parte.

No que se refere a quantidade de empresas que os jovens da cidade de água branca possuem, os 61 (100%) participantes afirmam ter apenas uma empresa registrada como Micro empreendedores Individuais.

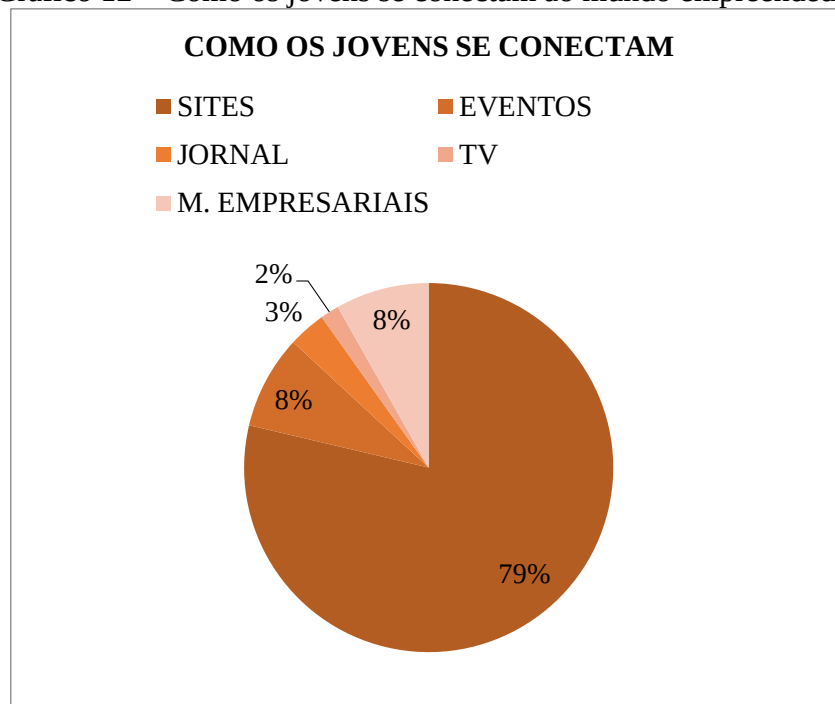
Gráfico 11 – Preparação para empreender



Fonte: Elaboração do autor

Existem várias versões para se conectar com o mundo empreendedor. Com isso foram lançadas as principais formas, afim de descobrir em qual delas os jovens empreendedores mais utilizam. Quarenta e oito (79%), dos participantes declaram utilizar os sites pra se manter conectados ao mundo empreendedor considerando que essa variável permite ter livre acesso às informações, assim tornando essas ferramentas mais utilizada. Dez dos participantes, (8%) respectivamente, declaram frequentar eventos e movimentos empresariais, dois (3%) dos micro empreendedores se conecta através de jornais e apenas um (2%) pesquisado se conecta por meio de programas de televisão.

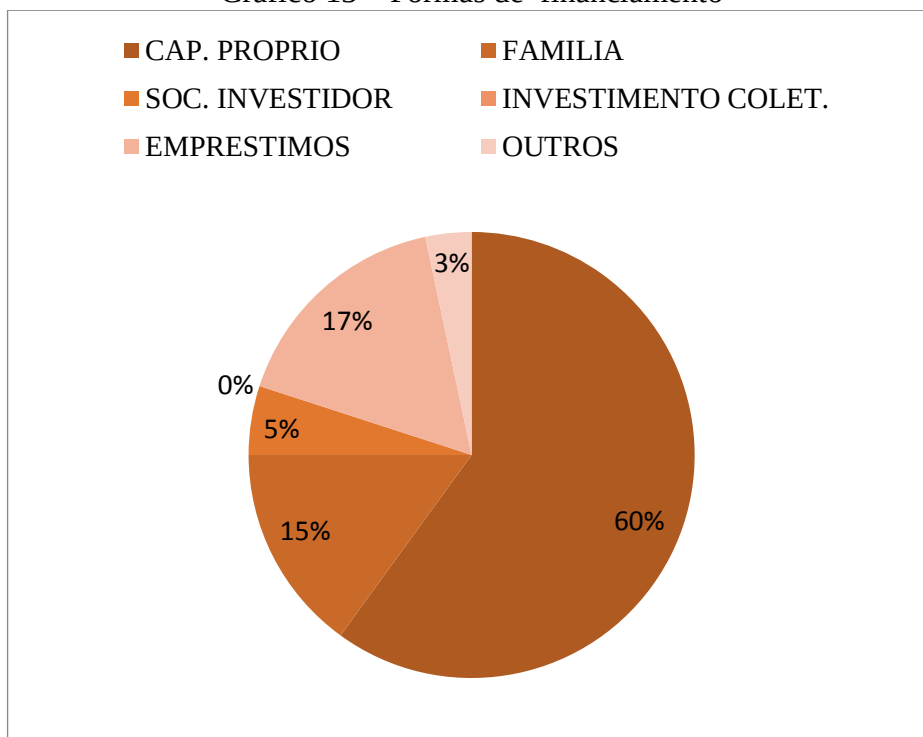
Gráfico 12 – Como os jovens se conectam ao mundo empreendedor



Fonte: Elaboração do autor

O gráfico 13, irá demonstrar as principais fontes de financiamento utilizado pelos jovens micro empreendedores na abertura da sua empresa. Entre os jovens de Água Branca que buscaram uma fonte de financiamento, trinta e seis dos jovens, representado uma porcentagem de 60%, dizem ter utilizado o seu capital próprio pra a abertura de seu negócio, ficando com a maior porcentagem. Além do capital próprio, muito dos jovens contaram com o apoio das suas famílias e das instituições financeiras contratando os empréstimos bancários.

Gráfico 13 – Formas de financiamento



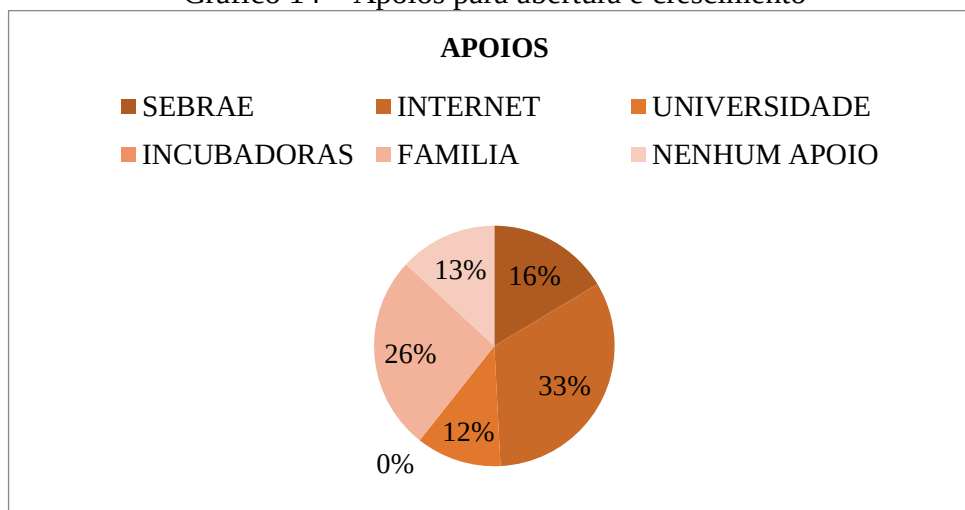
Fonte: Elaboração do autor

4.5 PRINCIPAIS DIFICULDADES

Durante o processo, os jovens foram questionados se durante a abertura ou crescimento da empresa buscaram apoio, como exposto no gráfico 14. Pode-se observar que os jovens empreendedores da cidade de Água Branca buscam o seu principal apoio na internet com 33%. Em segundo lugar na sequência, declaram buscar apoio no SEBRAE com 26%, seguido do apoio das famílias com 16%, e universidades 13%. Além desses apoios citados, alguns jovens apontam não ter nenhum tipo de apoio correspondendo a 12% dos participantes.

Apesar da cidade ter um espaço exclusivo pra os empreendedores e observado que a procura por apoios nesse local, não foram altas. Também é importante destacar a baixa procura nas universidades tendo em vista que a maioria dos jovens empreendedores da cidade possuem apenas o ensino médio e o apoio nas universidades pode ser utilizada como instrumento essencial na gestão das empresas. Vale a pena ressaltar, que na cidade possuem instituições de ensino superior, e o ensino na Rede Federal na cidade vizinha.

Gráfico 14 – Apoios para abertura e crescimento

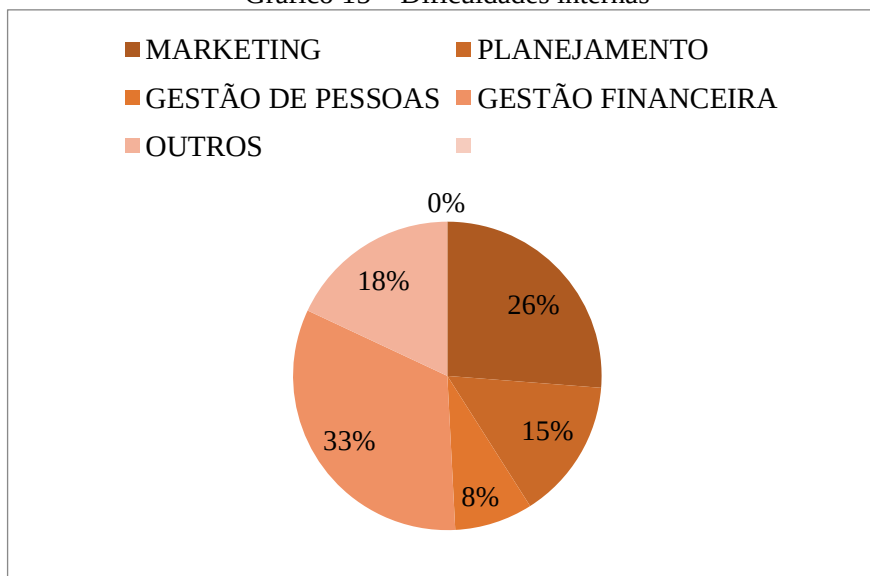


Fonte: Elaboração do autor

Para responder as principais dificuldades internas enfrentadas pelos micro empreendedores, foram relatadas que 33% dos empresários sentem dificuldades na gestão financeira, seguido da dificuldade no marketing com 36%. Onze dos participantes declaram ter outras dificuldades internas correspondendo 18%, em relação ao planejamento 15% dos jovens empreendedores declaram ter dificuldade, seguido das dificuldades em relação a gestão de pessoas com 8%.

Essas dificuldades encontradas pelos micro empreendedores refletem a falta de preparo durante a vida escolar dos mesmos, onde resultam 77% dos participantes. Como ilustrado anteriormente no gráfico 11.

Gráfico 15 – Dificuldades internas

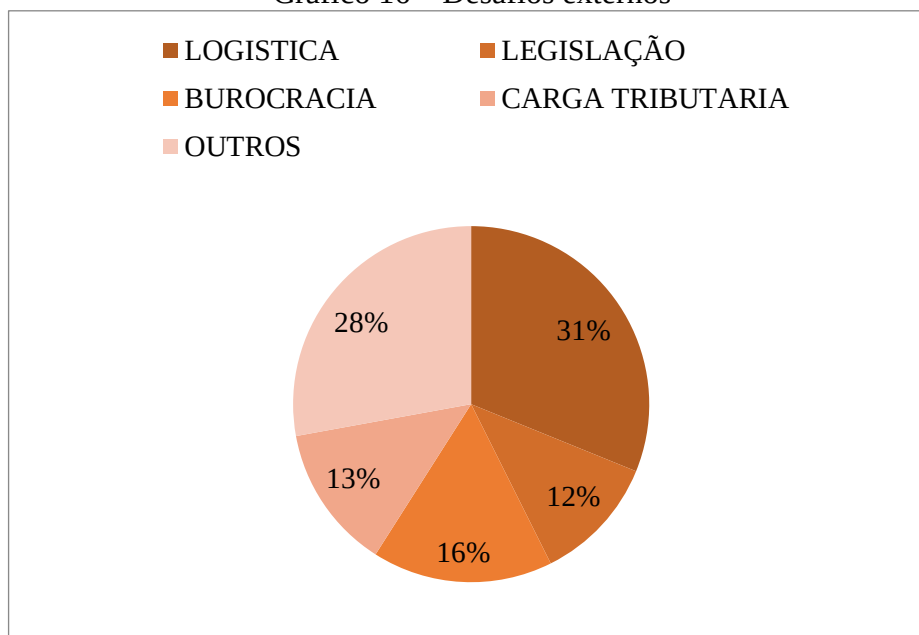


Fonte: Elaboração do autor

Conforme observado no próximo gráfico (16), os principais desafios externos enfrentados pelos jovens micro empreendedores é na logística ocupando 43% dos participantes, seguido de 23% em relação a outras dificuldades externas. A burocracia corresponde a 18% dos participantes, 13% dos jovens se queixam da alta carga tributária e 12% declaram ter maiores dificuldade em relação a legislação.

Diante disso, a maioria dos jovens intensificam a informação de que a logística é um dos maiores problemas em seu negócio, destacando o alto custo e a dificuldade de locomoção para comprar as mercadorias, tendo que se deslocar para outros estados.

Gráfico 16 – Desafios externos



Fonte: Elaboração do autor

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo, abordou sobre o empreendedorismo jovem, tendo como principal objetivo analisar o perfil dos micro empreendedores da cidade de Água Branca. Inicialmente foram apurados dados na literatura e logo após, foi feita a aplicação de um questionário para os jovens empresários. O trabalho permitiu identificar as principais motivações, forma de financiamento utilizada as principais dificuldades enfrentadas pelos jovens ao empreender.

A primeira análise feita, foi sobre o perfil dos micro empreendedores, cuja os dados possibilitam identificar que o gênero masculino se destaca. Outro dado obtido foi a idade predominante de 21 a 29 anos, em relação a escolaridade os níveis com maior numero fica entre o ensino médio e o superior, e em relação a renda mensal o valor fica variável entre 1 a 5 salários mínimos.

Os jovens declaram ter como sua maior motivação pra empreender, a necessidade de uma renda, afirmando não ter se preparado pra empreende e ter apenas uma empresa. Os jovens utilizam os sites como a melhor forma de se conectar no mundo empreendedor e os principais recursos utilizados para meios de financiamento das empresas foi o próprio capital, dominando no segmento comércio. Os jovens participantes são MEI e ao abrir sua empresa buscaram apoio na internet. O faturamento apresenta uma variação de 12 mil a 18 mil reais anual, tendo sua empresa com mais de quatro ano funcionando. As maiores dificuldades internas e externas mais relatados pelos jovens foram a Gestão financeira, marketing, logística.

Diante disso, esse estudo permitirá ser utilizado pra futuros trabalhos acadêmicos, utilizando-o como fontes para comparações e mostrar o perfil empreendedor presente na cidade para os novos empreendedores, reforçando a importância de novos empreendimentos para o município. Contudo, o trabalho conseguiu responder os objetivos.

Por meio da pandemia do COVID-19 e o sigilo presente nos órgãos responsável pelas informações, houve uma pequena dificuldade para o fornecimento de contatos, nomes e endereços dos jovens micro empreendedores, fazendo com que a pesquisa fosse realizada com a amostragem mínima. Diante disso, sugere-se que para futuros trabalhos, o pesquisador utilize uma maior quantidade de pessoas.

Na pesquisa foi possível observar que os jovens tem bastante dificuldades na gestão financeira. Com isso, uma sugestão é para prefeitura municipal juntamente a sala do empreendedor .é estar disponibilizando cursos e treinamentos para os empreendedores da cidade, possibilitando assim maior capacitação dos jovens, que diante dos relatos eles afirmam não terem sido preparados para empreender tendo como melhoria a diminuição da taxa de mortalidade das pequenas empresas no município. Além disso, outra sugestão seria a oferta das disciplinas de empreendedorismo nas escolas municipais, podendo despertar o espírito empreendedor e prepara os alunos para o mercado trazendo resultados tanto para o jovem, quanto para o desenvolvimento sócio econômico da cidade.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BATTISTI, Patrícia; WEINZIERL, Greici. **Empreendedorismo**. 2010

BUENO, Selma de Fátima da Silva. **Mentalidade Empreendedora: Um Estudo Com Universitários Da Cidade De Pimenta Bueno/RO**. 2017.

BULGACOV, Yára Lúcia 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.

CONCEIÇÃO, O. S. Empreendedorismo: Perfil dos jovens empreendedores de Caraguatatuba. **Monografia (Curso Técnico de Processos Gerenciais) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Caraguatatuba–IFSP**, 2017.

CARVALHAL, Felipe; LEÃO, Ana Luísa; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 4, p. 124-143, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**, 2007.

DE ANDRADE MARCO, Débora; PEREIRA, Daniele dos Santos Guidotti. FATORES QUE MOTIVAM O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO MUNICÍPIO DE ROLANTE-RS. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE**, n. 13, p. 41-64, 2020.

DE OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração. **Universidade Federal de Goiás**. Catalão–GO, 2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na Prática: mitos verdades do empreendedor de sucesso**. Elsevier Brasil, 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

GIL, Antônio Carlos, 1946- **Como elaborar um projeto de pesquisa** / Antônio Carlos Gil- Ed- São Paulo :Atlas, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR .2019/2020 . Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 09/11/2021

GUZATTI, Alissa. Imigrantes empreendedores: influências de ser estrangeiro no processo de empreender. 2017.

DE ANDRADE MARCO, Débora; PEREIRA, Daniele dos Santos Guidotti. **FATORES QUE MOTIVAM O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO MUNICÍPIO DE ROLANTE-RS**. Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE, 2020, 13: 41-64. MAIS A FINAL, O QUE É EMPREENDEDORISMO?.2021.Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 15/11/2021

MATOS, Antônio Carlos de; SOUZA, A. A.; HARIZ, Melhem Skaf. Manual do jovem empreendedor. Sistema Fiesp, São Paulo, 2010.
O QUE LEVA O JOVEM A EMPREENDER E COMO TER SUCESSO NO PRÓPRIO NEGÓCIO. Disponível em: [/https://www.google.com/search?q=O+que+leva+os+jovens+a+empreender+e+como+ter+sucesso+no+pr%C3%B3prio+neg%C3%B3cio+UOL&sxsrf=AOaemvIc8OFoTV8cnKdhhWoL-iqKmrkyqg%3A1638643192984&ei=LWrYae1O67d1sQPoMGN6AM&oq=o+qu%C3%AA&gs_lcp=Cgndnd3Mtd2l6EJBKBAhBGABKBAhGGABQAFgAYABoAHACeACAAQCSAQCSAQCYAQCGAQY&gs_ivs=1&scient=gws-wiz#](https://www.google.com/search?q=O+que+leva+os+jovens+a+empreender+e+como+ter+sucesso+no+pr%C3%B3prio+neg%C3%B3cio+UOL&sxsrf=AOaemvIc8OFoTV8cnKdhhWoL-iqKmrkyqg%3A1638643192984&ei=LWrYae1O67d1sQPoMGN6AM&oq=o+qu%C3%AA&gs_lcp=Cgndnd3Mtd2l6EJBKBAhBGABKBAhGGABQAFgAYABoAHACeACAAQCSAQCSAQCYAQCGAQY&gs_ivs=1&scient=gws-wiz#). Acesso em: 20/11/2021

PINHEIRO, David Ewerton Garcia; LIMA Karla Kellem; LIMA, Tereza Cristina Pinheiro. PERFIL DO EMPREENDEDORISMO: ESTUDO DE CASO DO MERCADO ABERTO DE GOIÂNIA. 2012

FAIXA ETÁRIA BRASIL/UF/MUNICÍPIO-RECEITA FEDERAL. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemr/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf>. Acesso em: 26/03/2022

SEBRAE, Portal. Tudo o que você precisa saber sobre o MEI. Empreendedorismo | Micro empreendedor Individual. 04 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 05 de junho de 2022.

SEBRAE. **O empreendedorismo jovem e seu impacto no mercado**. Bahia, 2018

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. **Perfil Empreendedor**: As principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso. 2014.

SIMÃO, Bácia Elina Alves et al. **Perfil empreendedor dos alunos concluintes do curso de administração de uma Instituição de Ensino**. 2012

SUPERIOR Privada: Contribuições para o aprimoramento do Projeto Pedagógico de Curso. 2012.

TEIXEIRA, R. M. C., & Ducci, LZ (2011). Empreendedorismo: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **Revista de Gestão**, v. 18, n. 1, p. 3-18.

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. *Cadernos Ebape*. BR, v. 9, p. 564-585, 2011.

APENDICE – A

OBJETIVOS	PERGUNTAS
Identidade do Jovem Empreendedor	1. Qual a sua idade? ☐ 18 a 20 anos ☐ 21 a 25 anos ☐ 26 a 30 anos ☐ 31 a 35 anos ☐ 35 a 39 anos 2. Qual o seu sexo? ☐ Masculino ☐ Feminino 3. Qual o seu nível de escolaridade? ☐ Ensino Fundamental ☐ Ensino Médio ☐ Ensino Superior ☐ Pós-graduação ☐ Mestrado ☐ Doutorado 4. Qual a sua renda familiar? ☐ Até 1 salário mínimo ☐ De 1 a 2 salários mínimos ☐ De 3 a 5 salários mínimos ☐ De 6 a 10 salários mínimos ☐ De 11 a 19 salários mínimos
Motivos que levam os jovens a empreender	5. Por decidiu ser empreendedor? ☐ Necessidade de uma fonte de renda ☐ Flexibilidade de horários

	☐ Continuar o negócio da família ☐ Identificação de oportunidade de negócio ☐ Sempre quis ser empreendedor 6. Você se preparou para empreender durante a idade escolar? ☐ Sim ☐ Não 7. Como você se conecta com o mundo empreendedor? ☐ Site/Redes Sociais ☐ Eventos sobre empreendedorismo ☐ Jornal/Revista ☐ TV/Rádio ☐ Faço parte de movimentos empresariais 8. Qual o número de empresas você possui? ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ Mais de 4 9. Qual a principal fonte de financiamento utilizadas no ato da fundação da empresa? ☐ Capital próprio ☐ Família ☐ Sócio-investidor ☐ Investimento Coletivo (<i>crowdfunding</i>) ☐ Empréstimo em instituições Financeiras ☐ Outros
Características das Empresas	10. Qual o segmento da empresa? ☐ Agroindústria ☐ Indústria ☐ Tecnologia ☐ Comércio ☐ Serviços 11. Qual porte da empresa? ☐ Informal ☐ Micro Empreendedor Individual – MEI ☐ Micro Empresa – ME

	() Empresa de Pequeno Porte – EPP () Média () Grande Empresa 12. Qual o número de funcionário? () Nenhum () Até 9 funcionários () De 10 a 19 funcionários () De 20 a 29 funcionários () De 30 a 39 funcionários () Mais de 40 funcionários 13. Qual o faturamento anual bruto? () Até 12 mil () De 12 mil a 18 mil () De 18 mil a 24 mil () De 24 mil a 30 mil () 30 mil a 34 mil () Mais de 34 mil 14. Qual a idade da empresa? () Menos de 1 ano () Entre 1 e 2 anos () Entre 2 e 3 anos () Entre 3 e 4 anos () Acima de 4 anos
Principais Dificuldades	15. Você buscou apoio para abertura ou crescimento da empresa? () SEBRAE () Internet () Universidades () Incubadoras () Família/Amigos () Nenhum apoio 16. Qual as principais dificuldades na gestão interna da empresa? () Marketing () Planejamento () Gestão de pessoas () Gestão financeira () Outros 17. Quais os principais desafios externos? () Logística () Legislação () Burocracia () Carga tributária elevada

	() Outro
--	-----------