



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

RUTIENCE FERNANDA NUNES DA SILVA

**O FUTURO SE CONSTRÓI AGORA:
COMPREENDENDO A DINÂMICA EMPREENDEDORA DO
MUNICÍPIO DE ITABAIANA - PB**

**CAMPINA GRANDE - PB
2021**

RUTIIENNE FERNANDA NUNES DA SILVA

**O FUTURO SE CONSTRÓI AGORA:
COMPREENDENDO A DINÂMICA EMPREENDEDORA DO
MUNICÍPIO DE ITABAIANA - PB**

**Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo) apresentado ao Curso de
Administração do Centro de
Humanidades da Universidade Federal
de Campina Grande, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharela em Administração.**

Orientadora: Professora Dra. Gicele Fernandes Martins Dantas.

**CAMPINA GRANDE - PB
2021**



S586f Silva, Rutienne Fernanda Nunes da.

O futuro de constrói agora: compreendendo a dinâmica empreendedora do município de Itabaiana - PB. / Rutienne Fernanda Nunes da Silva. - 2021.

26 f.

Orientadora: Professora Dr^a Gicele Fernandes Martins Dantas.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) - Universidade Federal de Campina Grande; Centro de Humanidades; Curso de Bacharelado em Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Dinâmica empreendedora. 3. Itabaiana - PB - empreendedorismo. 4. Desenvolvimento econômico. 5. Mentalidade empreendedora. I. Dantas, Gicele Fernandes Martins. II. Título.

CDU: 658:33(045)

Elaboração da Ficha Catalográfica:

Johnny Rodrigues Barbosa
Bibliotecário-Documentalista
CRB-15/626

RUTIENNE FERNANDA NUNES DA SILVA

**O FUTURO SE CONSTRÓI AGORA:
COMPREENDENDO A DINÂMICA EMPREENDEDORA DO
MUNICÍPIO DE ITABAIANA - PB**

**Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo) apresentado ao Curso de
Administração do Centro de
Humanidades da Universidade Federal
de Campina Grande, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharela em Administração.**

BANCA EXAMINADORA:

**Professora Dra. Gicele Fernandes Martins Dantas.
Orientadora – UAAC/CH/UFCG**

**Professora Dra. Patrícia Trindade Caldas.
Examinadora I – UAAC/CH/UFCG**

**Professora Dra. Renata Pimentel da Silva
Examinadora II – UAAC/CH/UFCG**

Trabalho aprovado em: 07 de outubro de 2021.

CAMPINA GRANDE - PB

**O FUTURO SE CONSTRÓI AGORA: COMPREENDENDO A DINÂMICA
EMPREENDEDORA DO MUNICÍPIO DE ITABAIANA - PB**

Rutienne Fernanda Nunes da Silva¹

Gicele Fernandes Martins Dantas²

RESUMO

O empreendedorismo é considerado uma estratégia poderosa para o desenvolvimento econômico e social, pois possui uma alta capacidade de geração de ocupação e renda, melhorando as condições de vida para a população. Por esse motivo, a atividade empreendedora é colocada hoje como prioridade em debates políticos, econômicos e acadêmicos, devido a sua força que impulsiona as economias. Neste sentido, a presente pesquisa procurou analisar a dinâmica empreendedora da cidade de Itabaiana-PB. Assim, o estudo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa qualitativa, a metodologia utilizada é exploratória - descritiva e a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas aplicada a 9 empreendedores do município de Itabaiana-PB, as quais foram analisadas com base na análise de conteúdo. Os resultados da pesquisa demonstraram que a realização pessoal e o desemprego exercem uma grande influência na decisão de empreender dos indivíduos. Nota-se que os empreendedores possuem um alto nível de mentalidade empreendedora, intensificando o espírito empreendedor e gerando desenvolvimento para o município. Mas, é necessário oferecer para os empreendedores um apoio maior, seja na facilidade de acesso ao crédito, quanto uma formação empreendedora contínua e de qualidade, para que assim, os empreendedores sejam capazes de elevar cada vez mais a dinâmica empreendedora e entregar ao município negócios consolidados e duradouros.

Palavras - chave: Empreendedorismo. Desenvolvimento econômico. Mentalidade empreendedora

**THE FUTURE IS BUILT NOW: UNDERSTANDING THE ENTERPRISE
DYNAMICS IN THE MUNICIPALITY OF ITABAIANA - PB**

ABSTRACT

Entrepreneurship is considered a powerful strategy for economic and social development, as it has a high capacity to generate employment and income, improving living conditions for the population. For this reason, entrepreneurial activity is currently placed as a priority in political, economic and academic debates, due to its strength that drives economies. In this sense, this research sought to analyze the entrepreneurial dynamics of the city of Itabaiana-PB. Thus, the study was developed through a qualitative research, the methodology used is exploratory - descriptive and data collection was carried out through semi-structured interviews applied to 9 entrepreneurs from the municipality of Itabaiana-PB, which were analyzed based on the content analysis. The survey results showed that personal fulfillment and unemployment have a great influence on individuals' decision to undertake. It is noted that entrepreneurs have a high level of entrepreneurial mindset, intensifying the entrepreneurial spirit and generating development

¹ Discente do Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande - UFCG
E-mail: rutienefernanda00@gmail.com

² Doutora em Administração pela Universidade Federal da Paraíba - UEPB e docente do curso de administração da Universidade Federal de Campina Grande - UFCG
E-mail: gicele.fernandes@professor.ufcg.edu.br

for the municipality. However, it is necessary to offer entrepreneurs greater support, whether in the ease of access to credit, or continuous and quality entrepreneurial training, so that entrepreneurs are able to increasingly elevate the entrepreneurial dynamics and deliver business to the municipality. consolidated and durable.

Keywords: Entrepreneurship. Economic development. Entrepreneurial mindset.

1 Introdução

O empreendedorismo tem um papel muito importante para o crescimento e desenvolvimento econômico de um país, possui uma força que impulsiona as economias a se reerguer. É essencial para preencher as lacunas que são deixadas por mercados incompletos, além disso, amplia as possibilidades, os empreendedores criam negócios em resposta às necessidades não satisfeitas, promovem a eficiência tecnológica, pois conseguem transformar ideias em novos produtos e serviços, causam impacto na geração de emprego e renda, proporcionando mudanças socioeconômicas, além de ser um fator que reduz as desigualdades e diminui a pobreza nos países (JANSSEN, 2020).

Desta forma, é necessário entender o ambiente e os motivos que levam os indivíduos a empreenderem, de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019) quase 90% dos empreendedores afirmaram que uma das razões para iniciar uma atividade empreendedora é a escassez de empregos, causada na maioria das vezes pelas economias instáveis, então os indivíduos buscam alternativas para fugir da crise econômica. No Brasil as MPEs possuem um papel de extrema importância, são as principais geradoras de riqueza, mesmo sendo um segmento que sofre muito com as crises, mas é um setor que contribui para o desenvolvimento social do país (SANTOS; DE LIMA, 2018).

No contexto brasileiro e mundial, a pandemia do Coronavírus tem causado uma crise sem precedentes. Por esse motivo, o Brasil está vivendo um momento que tem exigido dos brasileiros bastante esforço para se reinventarem, segundo o Sebrae (2021), mesmo diante da Pandemia da Covid-19 a formalização no registro de Microempreendedor Individual (MEI) ultrapassa a marca de 11,3 milhões de MEI ativos. Esse aumento está ligado às mudanças na relação do trabalho e do desemprego causado pela pandemia, o MEI se torna então uma estratégia de sobrevivência onde o indivíduo realiza trabalhos para obtenção de renda, mas, em contra partida, está entrando no mercado indivíduos novos e com pouca experiência nos negócios.

Neste sentido, La Rovere *et al* (2021) enfatizam que, os empreendimentos que são iniciados por necessidade têm um alto grau de mortalidade se comparado com os de oportunidade, e é por esse motivo que as políticas de apoio ao empreendedorismo são

importantes, sobretudo no âmbito do ensino formal, pois, um dos grandes problemas do empreendedorismo está ligado à falta de conhecimento sobre administração e gestão nos negócios, e é necessário a capacitação empreendedora, para estimular as atividades inovadoras e o desenvolvimento do país. Além disso, não é apenas a abertura de empresas que leva ao desenvolvimento econômico, mas é preciso enxergar o empreendedorismo de forma ampla, se preocupando com o desenvolvimento de competências empreendedoras e de oportunidades, para predominar negócios planejados e bem estruturados, que se mantenham no mercado (DORNELAS, 2016).

Diante disso, o trabalho tem como objetivo geral, analisar a dinâmica empreendedora do município de Itabaiana-PB, atrelado a este, estão os objetivos específicos, que são: (i) mapear os motivos que levaram os indivíduos a empreender no município; (ii) avaliar a mentalidade empreendedora dos indivíduos que detêm negócios no município; e, por fim, (iii) compreender a influência da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico e social do município. Logo, é um estudo relevante para a atualidade, tendo em vista que no ano de 2019 houve uma redução na taxa de empreendedores estabelecidos, isso pode estar associado às dificuldades enfrentadas pelos empreendedores. Pois, de acordo com o GEM (2019), uma grande parte dos empreendedores iniciais não conseguem se tornar empreendedores estabelecidos, devido a endividamento, inadimplência, pouca experiência no ramo, falta de apoio financeiro e outras variáveis.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Empreendedorismo e suas motivações

O termo Empreendedorismo é derivado da palavra inglesa *entrepreneurship*, utilizado para designar o ramo dos estudos relativos ao empreendedor, suas origens e seu universo de atuação. De acordo com Barbosa Correio *et al.* (2020), o empreendedorismo é algo que envolve as pessoas e os processos, desenvolvendo a transformação de ideias em oportunidades, resultando na criação de negócios de sucesso.

Todavia, Dos Reis e Dos Santos (2021) reforçam que, o empreendedorismo emerge da ligação entre o que pode ser chamado de interseção e mundano, reconhecendo oportunidades em algo novo que os indivíduos vão querer ter ou usar, podendo se tornar algo viável e lucrativo. Por esse motivo, o empreendedor é aquele que assume riscos, sabendo gerenciar seu projeto

para alcançar suas metas e se dedica a geração de riqueza, seja na transformação e geração de conhecimento ou na inovação de diversas áreas (GOMES, 2011).

Desse modo, segundo Da Costa Ramos *et al.* (2020) o empreendedor de Schumpeter, era aquele responsável pelo processo de destruição criativa, um processo no qual transforma a economia por meio da destruição de produtos e serviços que já são conhecidos, realizando novas combinações mais fortes e melhores. Percebe-se então, que a ação empreendedora não está ligada apenas em criar novas empresas, mas, a inovação que se transforma em oportunidade pode ser aplicada em negócios já existentes.

Com isso, o empreendedorismo tem se propagado muito durante os últimos anos, em momentos de crise econômica se torna muito evidente, pois são os momentos propícios que impulsionam as pessoas a empreender. Segundo Baron e Shane (2007), existe outros fatores que são responsáveis pelo avanço do empreendedorismo, o primeiro deles está ligado à mídia e os casos de sucesso; os empreendedores se tornam força inspiradora para tantos outros que precisam expandir seus negócios, um segundo fator é a instabilidade do mercado; pois estamos vivendo uma era de cortes e reestruturação e o terceiro fator é a geração com foco na liberdade, onde os jovens buscam um estilo de vida mais independente.

Mediante a isso, os motivos que levam os indivíduos a empreender está ligada a realização pessoal, fatores como a vontade de criar o próprio negócio, ser o próprio patrão, desejo de riqueza, prestígio pessoal ou ser um vencedor, favorecem o espírito empreendedor, em contrapartida os sentimentos de ambiguidade e incerteza interferem negativamente para o surgimento do negócio (BARBOSA CORREIO *et al.*, 2020).

Desse modo, uma das motivações para empreender está no inconformismo irracional dos indivíduos, segundo Silva e Merçon (2020), os indivíduos não estão satisfeitos com a situação atual e anseiam mudança. Os autores reiteram que as ações empreendedoras devem estar vinculadas a um planejamento objetivo e realista, para obtenção concreta do sucesso do empreendimento.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), é uma pesquisa com o objetivo de coletar os dados do empreendedorismo diretamente com o indivíduo, obtendo os dados formais e informais dos países de baixa e média renda. O GEM distingue a motivação para atividade empreendedora em oportunidade e necessidade. Os empreendedores por oportunidade são aqueles que afirmam ter identificado uma chance no negócio, percebendo um nicho de mercado, diferente dos empreendedores por necessidade, que são aqueles que iniciaram o negócio para buscar seu sustento financeiro, devido ao desemprego (GEM, 2019).

Mesmo o GEM apontando as diferenças entre as duas motivações, costuma-se confundir o empreendedorismo por oportunidade e necessidade, segundo Da Costa Ramos *et al.* (2020), muitas vezes o indivíduo consegue perceber na sua necessidade uma oportunidade para se manter, porém, é importante considerar que os empreendedores por oportunidade e necessidade possuem características diferentes, conforme demonstradas no quadro 1:

Quadro 1 - Empreendedorismo por Oportunidade X Necessidade

Oportunidade	Necessidade
Empreendem mesmo tendo outras opções de emprego	Buscam uma alternativa para o desemprego
Visão de Futuro	Visão de curto prazo
Gera empregos e riqueza	Indivíduos com pouco conhecimento/experiência
Maior capacidade de impactar o crescimento econômico	Causam menos impactos na geração de empregos
São mais preparados, buscando sempre o aperfeiçoamento dos negócios	Iniciam as atividades de modo informal

Fonte: Adaptado de Da Costa Ramos *et al* (2020).

De acordo com Silva e Merçon (2020), quando o indivíduo é motivado pela oportunidade, ele busca informações e dados para ter certeza se determinado negócio vai gerar crescimento, realizando pesquisas de mercado, detectando os nichos e avaliando as oportunidades. Basicamente, esse tipo de empreendedor busca possibilidades lucrativas de longo prazo, podendo ser eles recém-graduados, profissionais com experiência na área ou investidores (DE SOUZA *et al*, 2018).

Por sua vez, o empreendedor por necessidade não tem visão de longo prazo, o que esse indivíduo busca é uma alternativa para o desemprego e assim atender suas necessidades. Desenvolvem tarefas simples, são indivíduos que têm pouco conhecimento e não tem capital para investir em um negócio estruturado, iniciando suas atividades de modo informal, acaba sendo considerado um problema social para o governo já que não pagam impostos e não formalizam seus negócios (DOS SANTOS; LUZ; BRASIL, 2018).

Com o aumento do desemprego, cresce a necessidade de empreender, segundo o GEM (2019), a um grande aumento de empreendedores iniciais, que estão tentando iniciar seu negócio como alternativa de sobrevivência, mas, a grande preocupação é que acaba entrando no mercado gente nova e inexperiente, buscando sobreviver de um pequeno negócio. Diante desse contexto atual, é preciso incentivar esses novos empreendedores da forma correta, de acordo com Dornelas (2016), através de métodos e técnica eficientes, o indivíduo pode se

desenvolver e as pequenas empresas podem obter uma maturidade e progredir, assim os negócios criados por necessidade podem se tornar ótimas oportunidade de negócios.

2.2 Processo Empreendedor

Na seção que discute sobre empreendedorismo e suas motivações, vimos que há duas condições que levam o indivíduo a empreender: por oportunidade e por necessidade. Segundo Aquino (2020), ambas acontecem por influências das variáveis individuais, interpessoais e socioeconômicas, pois o indivíduo é influenciado a empreender por suas características pessoais e pela forma que se relaciona com os negócios, podendo desenvolver ideias, criando novos produtos e serviços, através das fontes de oportunidades.

A maioria das pessoas não tem noção do seu comportamento empreendedor, e por esse motivo Dornelas (2016) afirma que, a escolha de muitos indivíduos de se tornarem empreendedores é por acaso, pois, se perguntar a alguns por que iniciaram um negócio eles não saberão responder. Com isso o autor explica que existem fatores que influenciam esse processo empreendedor, como os fatores externos, ambientais e sociais, além de fatores pessoais que servem de elementos para o surgimento de um negócio.

Desse modo, é importante entender que o empreendedorismo é um processo complexo, segundo Dornelas (2016), o processo empreendedor é dividido em quatro fases: 1. identificar e avaliar uma oportunidade, 2. desenvolver o plano de negócios, 3. determinar e captar os recursos necessários, e 4. gerenciar a empresa criada. Em contrapartida, Baron e Shane (2007), dividem essas etapas do processo empreendedor em cinco fases, conforme demonstradas no quadro 2:

Quadro 2 - Fases do processo empreendedor

FASES DO PROCESSO EMPREENDEDOR	
Reconhecimento de uma oportunidade	É a etapa chave do processo e a mais difícil, se inicia quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade, podendo desenvolver ideias de negócios tirando vantagem dos cinco tipos de oportunidades, que são as mudanças tecnológicas, políticas ou de regulamentos, sociais e demográficas, que têm o potencial de gerar valor econômico.
Decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais	Nesta etapa o indivíduo busca os recursos necessários, como as informações básicas (mercado, questões ambientais e jurídicas), recursos humanos (sócios, primeiros funcionários) e recursos financeiros. É nesse estágio que o empreendedor prepara o plano de

	negócio, e isso evita problemas e armadilhas que podem destruir as novas empresas.
Lançar um novo empreendimento	É a etapa que envolve uma série de decisões e ações, pois é necessário escolher o formato jurídico do empreendimento, definir o produto ou serviço, organizar os papéis da equipe e etc.
Construir um sucesso duradouro	Com as decisões tomadas, o empreendedor precisa tornar a empresa lucrativa, os recursos humanos são importantes nesse processo, além da forte estratégia de negócios, para assim construir um sucesso duradouro.
Colher as recompensas	É a fase final do processo, onde o empreendedor recolhe as recompensas que ganhou pelo tempo de sacrifícios e comprometimento.

Fonte: Adaptado de Baron e Shane (2007).

As fases do processo empreendedor não são fáceis de serem distinguidas, contudo essas atividades se desenvolvem ao longo do tempo de forma organizada e se movem em fases distintas, estando relacionadas entre elas. Os resultados de cada fase do processo empreendedor são influenciados pelas variáveis de nível individual (técnicas, motivações, características dos empreendedores), de nível grupal (ideias, informações, eficácia nas interações, clientes, potenciais funcionários) e de nível social (políticas governamentais, condições econômicas, tecnológicas). Essas variáveis são relevantes para que as ideias sejam totalmente compreendidas (BARON; SHANE, 2007).

Diante disso, o GEM (2019) também traz outra forma de analisar as etapas do processo empreendedor, onde as principais fases desse processo são a concepção, nascimento e persistência, para assim chegar na consolidação do negócio estabelecido, podendo analisar as fases dos empreendedores nascentes, novos, estabelecidos, além da descontinuidade dos negócios. Todas essas fases tem seus desafios e aprendizados, que estão em constantes mudanças, Baron e Shane (2007) afirmam que o desempenho dos empreendedores em realizar cada etapa do processo é mais importante para o sucesso do que a sua formação e características pessoais.

2.3 Promoção da Cultura Empreendedora e o Desenvolvimento Econômico

A disseminação da cultura empreendedora é importante para o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, de acordo com Mello e Nunes (2018), a cultura empreendedora é a essência do empreendedorismo, pois possui influência no nível de empreendedorismo das organizações. Além da cultura empreendedora, o comportamento empreendedor também é

importante para a sobrevivência das organizações no mercado, pois tudo muda constantemente e para ter sucesso é preciso enfrentar a competitividade e as mudanças que acontecem.

Um instrumento muito importante para o avanço da cultura empreendedora é a educação empreendedora. Segundo Mello e Nunes (2018), ainda em anos atrás se acreditava que as características dos empreendedores eram inatas e que somente algumas pessoas nasceriam com o dom de empreender, enquanto uma boa parcela estava destinada a exercer um emprego na condição de assalariado. Em contrapartida, Dornelas (2016) destaca que, o processo empreendedor pode ser ensinado e aprendido por qualquer pessoa e que os empreendedores inatos existem e são referências, mas os indivíduos podem ser capacitados e criar empresas duradouras. O autor ainda afirma que o empreendedorismo tem se propagado rapidamente como disciplina, opção profissional e desenvolvimento econômico e social.

O momento atual é propício para o crescimento no número de empreendedores, por isso é necessário a capacitação dos indivíduos. De acordo com o Sebrae (2020), a educação empreendedora tem sido reconhecida como fator positivo para o desenvolvimento de uma nação, pois, vai além da abertura de um negócio, está ligada ao desenvolvimento de uma cultura, para que as pessoas estejam preparadas para alcançar seus objetivos.

Infelizmente, no Brasil a educação empreendedora ainda se encontra muito lenta, segundo o GEM (2019), o Brasil é um dos países mais desiguais em termos educacionais, afetando o cenário de desenvolvimento econômico e social do País, as classes menos favorecidas têm um grau baixíssimo de formação nas áreas do empreendedorismo, impossibilitando a criação de iniciativas empreendedoras.

É por esse motivo que os impactos que o empreendedorismo causa na economia depende da motivação e do ambiente que se desenvolve. Segundo Dornelas (2016), o empreendedorismo é o grande propulsor do desenvolvimento econômico, mas não é apenas a criação de empresas que vai levar o país a gerar um desenvolvimento econômico positivo.

Os economistas medem o crescimento econômico através do produto interno bruto (PIB) responsável pela dinâmica econômica, medindo a renda dos indivíduos. (DA COSTA RAMOS *et al*, 2020). Diferente do crescimento econômico, o desenvolvimento econômico não está ligado apenas a indicadores quantitativos como o PIB, de acordo com Janssen (2020), o desenvolvimento econômico se relaciona com a melhoria da qualidade de vida e do bem estar dos indivíduos, ou seja, o empreendedorismo elimina barreiras comerciais e culturais, criando novos empregos e renda para a sociedade.

Segundo o GEM (2019), a capacidade de geração de ocupação e renda é uma das principais razões que tornam o empreendedorismo um forte fator do desenvolvimento

econômico e social. Mas, um ponto importante é que quando o empreendedorismo é motivado por uma oportunidade traz efeitos significativos gerando mais riqueza e empregos, já o empreendedorismo por necessidade causa menos efeitos, mas em contrapartida atua como fator importante para redução das desigualdades (DA COSTA RAMOS *et al*, 2020).

Por isso, uma estratégia de desenvolvimento para o empreendedorismo afetaria de forma positiva no desenvolvimento econômico dos países, pois impacta na tecnologia, na inovação, nos fatores de produção, mas é necessário a criação de políticas duradouras, para criar um ambiente empresarial melhor para as empresas. Criando essas instituições e incentivos ao empreendedorismo, traria impacto positivo para o desenvolvimento econômico e social do país, alocando os recursos por meio de processos de mercado e fornecendo alternativas de emprego (JANSSEN, 2020).

2.4 Mentalidade Empreendedora

Em diversos países, a atividade empreendedora está sendo adotada como prioridade nas agendas e debates políticos, econômicos e acadêmicos. De acordo com Schaefer e Minello (2017), a atividade empreendedora tem influenciado o desenvolvimento econômico e social dos países, pois essa forma de compreender a natureza empreendedora e o modo de ser, de saber e fazer do empreendedor pode conduzir ações a serem realizadas com a finalidade de criar ambientes e indivíduos empreendedores.

Por esse motivo, é possível avaliar o grau de atividade empreendedora de uma nação através da mentalidade empreendedora dos indivíduos. Segundo Bueno (2017), a mentalidade empreendedora compreende a possibilidade de detectar e agir rapidamente, e sabendo desenvolver a mentalidade da população, será possível criar um ambiente favorável para a criação de novos empreendimentos que favoreçam o crescimento econômico e social.

Diferentes estudos têm buscado compreender melhor essa relação do empreendedor e seu modo de pensar. De acordo com Schaefer e Minello (2018), um dos grandes impulsionadores da ação empreendedora são os modelos mentais, onde os empreendedores são moldados desde a infância com a educação, experiências vividas, habilidades racionais e emocionais, podendo evoluir a partir da interação entre o ambiente, a cognição e o comportamento do empreendedor. Os autores ainda afirmam que esse processo também pode ocorrer através das representações empreendedoras, que é a base da qual as atividades empreendedoras podem ser aprendidas.

Dessa forma as representações empreendedoras, permite que o indivíduo experimente um pensamento projetivo, ou seja, ele imagina, projeta, desenvolve, realiza e visualiza como a ação pode ou não ser realizada, essa característica imaginativa se refere a capacidade do empreendedor de iniciar e transformar essas representações mentais de algo que ainda não existe. Por esse motivo que a visão é um componente estruturante da ação empreendedora, tanto na visão individual como na visão compartilhada (SCHAEFER E MINELLO, 2017).

Nesse sentido, para entender a economia de determinada região, é necessário levantar informações sobre a mentalidade empreendedora de cada indivíduo. De acordo com GEM (2018), os fatores sociais como convivência com empreendedores, disponibilidade para novas experiências e acesso à informação de instituições que apoiam o empreendedorismo, são fatores que influenciam para a formação da mentalidade empreendedora, contribuindo para que o indivíduo reconheça as oportunidades de negócio e se percebam capazes de explorar essas oportunidades.

3 Materiais e Métodos

O presente estudo tem como objetivo analisar a dinâmica empreendedora do município de Itabaiana-PB, caracterizando-se como uma pesquisa exploratória-descritiva. De acordo com Vieira (2002), as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar uma visão ampla, favorecendo maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e construindo hipóteses. O autor ainda afirma que as pesquisas descritivas têm a intenção de conhecer e interpretar a realidade sem modificá-la, buscando expor as características de determinada população ou fenômeno, mas não consegue explicar o fenômeno que ocorreu.

Quanto a natureza do fenômeno que será investigado, remete a uma abordagem qualitativa, pois segundo Creswell (2014), é uma atividade que localiza o observador ao mundo, por meio dela é possível coletar a vida real, mostrando como e porque as coisas acontecem, podendo entender a forma como as pessoas agem e explicar as suas ações, sendo aberta a múltiplas interpretações que dão maior visibilidade ao mundo. Com relação às estratégias de investigação, a pesquisa apresenta-se como um estudo de caso. De acordo com Gray (2012), esta abordagem de estudo de caso possibilita a geração de várias perspectivas, reunindo informações detalhadas sobre um fenômeno.

Assim, para a coleta de dados, foi realizado um roteiro de entrevistas semi estruturado com base na literatura, que de acordo com Gray (2012), este tipo de entrevista não é padronizado, contendo perguntas abertas e fechadas, onde o entrevistador pode ou não usar

todas elas nas entrevistas, além de poder fazer perguntas adicionais, permitindo que o entrevistado tenha liberdade e aprofunde suas respostas. As aplicações das entrevistas ocorreram entre os dias 31/08/2021 à 11/09/2021 e foram gravadas com a autorização dos entrevistados.

Adotou-se como campo de pesquisa a cidade de Itabaiana - PB, que está localizada na microrregião Itabaiana e na mesorregião agreste paraibano, com uma área territorial de 210,572 km², com uma população estimada em 24.419 habitantes, possuindo uma densidade demográfica de 111,86 hab/km². O município tem um grau de urbanização de 80,60%, pois possui atividades de comércio varejista e de serviços que atende a região. No que se refere a fatores econômicos, o município possuía um PIB per capita no ano de 2018 de 11.812,71. Consta-se ainda que a proporção de pessoas ocupadas é no total de 9,3%, possuindo uma média salarial de 1,7 salários mínimos, além disso cerca de 48,6% da população possui um rendimento mensal de até meio salário mínimo por pessoa (IBGE, 2020).

Para compor os sujeitos da pesquisa, foi feita uma seleção por conveniência pelo fato de o pesquisador ter acesso a alguns possíveis candidatos ao estudo e os mesmos terem disponibilidade para fazer parte da amostra. Alguns outros selecionados, foram determinados utilizando a amostragem em *Snowball*, que de acordo com Bockorni e Gomes (2021), é uma técnica também conhecida como bola de neve, que usa de redes de referências e indicações, ou seja, os participantes da pesquisa indicam mais pessoas até alcançar o objetivo.

Para esta pesquisa, contabilizou-se a participação de 9 empreendedores. Esse quantitativo se deu pela saturação dos dados apresentados que, de acordo com Godoi, Mello e Silva (2010), acontece quando o pesquisador, não mais encontra dados adicionais que possam contribuir com o desenvolvimento da pesquisa.

Por fim, para análise dos dados, foi escolhida a análise de conteúdo, que de acordo com Silva *et al.* (2017), é uma metodologia de pesquisa utilizada para compreender as iniciativas de sistematização e expressão de conteúdo de mensagens, com a intenção de realizar interpretação a respeito da origem das mensagens. Além disso, quando se decide codificar o material da pesquisa, é necessário um sistema de categoria que, de acordo com Bardin (2016), é uma operação que classifica os elementos por diferenciação e seguida por reagrupamento, os critérios de categorização podem ser semânticos, sintático, léxico e expressivo. Para esse estudo, o processo de categorização é o semântico onde os temas são agrupados em categorias e subcategorias. O quadro 3 reúne as categorias e subcategorias preestabelecidas nesse estudo, assim como os elementos de análise que serviram de apoio para composição do instrumento de coleta de dados.

Quadro 3 - Sistema de categorias e subcategorias adotado para as entrevistas com empreendedores do Município de Itabaiana - PB

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	AUTORES
Motivações	<ul style="list-style-type: none"> • Motivos para empreender • Dificuldade inicial • Importância do planejamento • Realização do plano de negócio 	GEM (2019); DORNELAS (2016); BARON E SHANE (2007)
Mentalidade	<ul style="list-style-type: none"> • Implantação de disciplina de empreendedorismo • Cursos e conteúdo para o desenvolvimento empreendedor • Características de um empreendedor 	BUENO (2020)
Desenvolvimento Econômico e Social	<ul style="list-style-type: none"> • Influência do empreendimento para o desenvolvimento econômico e social • Instituições de apoio ao empreendedor • Ações do Governo Municipal 	BUENO (2020); DORNELAS (2016)

Fonte: elaboração própria (2021).

A estrutura de categorias e subcategorias possibilita a organização dos dados brutos em dados organizados, o agrupamento dos dados facilita a interpretação das respostas dadas pelos entrevistados.

4 Resultados e discussão

Para composição deste estudo, foram realizadas entrevistas com 9 empreendedores da cidade de Itabaiana - PB. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas, por meio de questionamentos elaborados e aplicados de acordo com os objetivos específicos, sendo selecionadas as declarações mais adequadas para o estudo. Tendo como propósito manter em sigilo a identidade dos empreendedores, foram utilizados pseudônimos para todos os entrevistados. O quadro 4 trata das características dos empreendimentos estudados:

Quadro 4 - Características dos Empreendimentos

Empreendimentos	Tipo /Porte	Sector	Estágio do Empreendimento	Quant. de Empregados	Quant. de Proprietários	Faturamento anual
E01	MEI	Aluguel de vestidos e acessórios	Empreendedor Estabelecido	Nenhum empregado	1 Proprietário	24.000,01 a 36.000,00
E02	MEI	Vestuário e acessórios femininos	Empreendedor Inicial	Nenhum empregado	1 Proprietário	Ainda não faturou nada

E03	Micro empresa	Alimentação e bebida	Empreendedor Inicial	03 ou mais empregados	2 Proprietários	Ainda não faturou nada
E04	MEI	Fotografia	Empreendedor Estabelecido	Nenhum empregado	1 Proprietário	48.000,01 a 60.000,00
E05	MEI	Beleza e Estética	Empreendedor Estabelecido	01 Empregado	1 Proprietário	48.000,01 a 60.000,00
E06	MEI	Personalizados	Empreendedor Estabelecido	01 Empregado	1 Proprietário	60.000,01 a 81.000,00
E07	MEI	Vestuário Infantil	Empreendedor Estabelecido	Nenhum empregado	1 Proprietário	60.000,01 a 81.000,00
E08	MEI	Papelaria e presentes	Empreendedor Estabelecido	Nenhum empregado	1 Proprietário	60.000,01 a 81.000,00
E09	Micro empresa	Utilidade, Papelaria e brinquedos	Empreendedor Estabelecido	03 ou mais empregados	1 Proprietário	Acima de 360.000,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Vale salientar que a pesquisa é qualitativa e não se tem a intenção de trabalhar porcentagem, mas os dados a seguir representam a realidade do estudo.

Ao analisar as características dos empreendimentos, observa-se que o maior quantitativo de empreendedores, são os estabelecidos. De acordo com o GEM (2019), para compreender o fenômeno do empreendedorismo, é necessário analisar o estágio de vida do empreendedor com o seu empreendimento. Por esse motivo, o GEM classifica como empreendedores iniciais, aqueles que estão à frente do negócio com menos de 42 meses de existência, enquanto os estabelecidos são aqueles que são donos de um negócio consolidado, por um período superior a 42 meses.

A maior parte dos empreendimentos se enquadram na forma jurídica de micro empreendedor individual (MEI), que de acordo com o SEBRAE (2021), a formalização no registro de MEI tem aumentado nos últimos anos, e esse aumento está ligado as mudanças de trabalho e desemprego. Além disso, percebe-se que a maior quantidade dos empreendedores é solitária, ou seja, foram identificados como os únicos proprietários do negócio.

Em seguida, o quadro 5 apresenta as características sociodemográficas dos empreendedores do município de Itabaiana- PB.

Quadro 5 - Características sociodemográficas dos empreendedores

Empreendedores	Gênero	Estado Civil	Faixa Etária	Nível de Escolaridade	Faixa de Renda	Ocupação Paralela
E1	Feminino	Casada	35 a 44 anos	Ensino médio completo	Mais de 1 até 2 salários mínimos	Nenhuma outra ocupação
E2	Feminino	Solteira	18 a 24 anos	Pós Graduação	Até 1 Salário Mínimo	Nenhuma outra ocupação
E3	Feminino	Solteira	18 a 24 anos	Ensino superior incompleto	Até 1 Salário Mínimo	Empregado
E4	Feminino	Casada	25 a 34 anos	Ensino médio completo	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Dona de Casa
E5	Feminino	Casada	25 a 34 anos	Ensino médio completo	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Nenhuma outra ocupação
E6	Feminino	Separada	35 a 44 anos	Ensino superior incompleto	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Nenhuma outra ocupação
E7	Feminino	Casada	35 a 44 anos	Ensino superior completo	Até 1 Salário Mínimo	Dona de Casa
E8	Masculino	Casado	45 a 54 anos	Ensino médio completo	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Nenhuma outra ocupação
E9	Masculino	Casado	35 a 44 anos	Ensino médio completo	Mais de 2 até 3 salários mínimos	Nenhuma outra ocupação

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

De acordo com os empreendedores entrevistados, percebe-se uma maior permanência de mulheres nas atividades empreendedoras, além disso os indivíduos mais ativos têm entre 35 a 44 anos e os menos ativos encontram-se na faixa de 45 a 54 anos. Para Janssen (2020), a análise de escolaridade dos empreendedores é importante para inferir a complexidade do negócio, de acordo com a pesquisa a maior intensidade de empreendedores estabelecidos é aquela que possuem ensino médio completo, dos entrevistados apenas um finalizou o ensino superior e está cursando a pós-graduação. Em relação a faixa de renda dos participantes da pesquisa, observa-se que cinco dos nove entrevistados possuem uma renda de mais de 2 até 3 salários mínimos, apenas um dos participantes possui uma renda de mais de 1 até 2 salários, enquanto os outros três sobrevivem com uma renda de 1 salário mínimo. De acordo com a

ocupação paralela dos entrevistados, boa parte não exerce uma outra atividade, além do trabalho com o próprio negócio.

4.1 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

De acordo com a primeira categoria de análise, foi perguntado aos respondentes quais eram as suas motivações para empreender, algumas das respostas apresentadas foram:

C1Q1E5: “Por que eu nunca quis trabalhar para ninguém, nunca me vi sendo empregada de ninguém, sempre quis ter o meu.”

C1Q1E7: “Eu sempre gostei de fazer algo, sempre vendia muitas coisas, roupas, perfumes, para ter a independência financeira. Eu já trabalhava no ramo e gostava muito, comecei a empreender, pois surgiu a oportunidade.”

C1Q1E8: “Foi quando fiquei desempregado, foi uma necessidade, quando eu fui transferido eu não aceitei a transferência e isso me levou a empreender.”

Diante das respostas apresentadas, os entrevistados afirmam que ter o próprio negócio, a liberdade financeira e até mesmo o desemprego foram os motivos que os fizeram empreender, podemos perceber que os empreendedores buscaram uma oportunidade para mudar a sua realidade e alguns a necessidade de empreender para fugir do desemprego.

Esses dados coincidem com Barbosa Correia *Et al* (2020) que afirmam, que a realização pessoal, a vontade de abrir o próprio negócio, ser o próprio patrão, favorecem o espírito empreendedor. Dornelas (2016), também discute que o empreendedor por oportunidade é aquele que é visionário e sabe aonde quer chegar, visando os lucros, empregos e riqueza, está ligado ao desenvolvimento econômico, enquanto o empreendedor por necessidade, se aventura no empreendedorismo por falta de opção, por estar desempregado e fracassam muito rápido e não geram desenvolvimento econômico.

Após mapear as principais motivações para empreender dos entrevistados, foi questionado aos entrevistados as suas dificuldades, abaixo estão listadas algumas respostas:

C1Q2E2: “Mesmo tendo formação, a maior dificuldade foi o feeling da coisa, eu nunca fui do meio de negócio, a minha família nunca teve negócio. Eu tinha dificuldade, eu pensava meu Deus eu nunca consegui vender rifa, como é que vou vender roupa. Outra dificuldade é a questão dos impostos, coisas onerosas, principalmente para montar o negócio, você tem a vontade, mas muitas vezes não sai como você planeja, porque as coisas no Brasil são realmente muito caras, principalmente os impostos e a outra dificuldade foi a pandemia.”

C1Q2E4: “A maior dificuldade foi o financeiro, precisávamos de uma boa quantia para iniciar, mas, iniciamos com o pouco que tínhamos.”

C1Q2E9: “A maior dificuldade foi o capital inicial, foi difícil, porque tudo gira em torno de dinheiro, na época eu não tinha capital inicial, e o que ajudou foi a

credibilidade com os fornecedores que meu pai já tinha.”

Através das respostas dos empreendedores, percebe-se que o início de um negócio sempre é complicado, seja por falta de conhecimento, de capital financeiro, pelos impostos e por tantas outras variáveis que foram mencionadas. Mas, podemos observar também que o desejo e vontade de colocar em prática o negócio, seja ele por oportunidade ou necessidade, impulsiona os indivíduos a buscarem maneiras de driblar as dificuldades.

Os dados vão de encontro com Janssen (2020), que afirma que a falta de capital de giro, de conhecimento nos negócios, mão de obra, impostos e a burocracia são as maiores dificuldades enfrentadas pelos empreendedores, por esse motivo, os negócios possuem uma probabilidade maior de fechamento no primeiro ano. Além disso, Silva e Merçon (2020) afirmam, que os indivíduos não estão satisfeitos com a situação atual e anseiam por mudança, por isso assumem riscos e tentam manter negócios lucrativos.

No terceiro e quarto questionamento buscou identificar, no ponto de vista pessoal dos entrevistados, a importância do planejamento para iniciar o empreendimento e se ao iniciar teve a presença do plano de negócio, seguem algumas das declarações coletadas:

C1Q3E4: “Tem toda importância, planejar e organizar. Na verdade, eu não fui assim, meti a cara e fui, não planejei, mas não tínhamos opção. Mas sinto na pele hoje a importância do planejamento.

C1Q3E7: “É muito importante, porque é preciso planejar o que comprar, o que vai vender. Eu já passei por uma época que todo fornecedor que chegava, eu comprava, aí comecei a analisar que nem tudo que eu comprava eu vendia e eu tinha que pagar por aquilo, então comecei a estudar e fazer tudo mais organizado.”

Nessa perspectiva, é visto que o planejamento para os empreendedores é muito importante, mas, em contrapartida, boa parte dos entrevistados não realizaram um planejamento ao iniciar o empreendimento e muitos ainda têm dificuldade de se organizar. Em consonância a isso, Dornelas (2016) afirma que, muitos empreendedores atuam de forma empírica e sem planejamento, refletindo no índice de mortalidade das pequenas empresas. O autor ainda afirma que toda empresa necessita de um planejamento, pois uma empresa deverá lucrar mais, se dispuser de um planejamento adequado, porque não basta apenas sonhar, deve-se transformar os sonhos em ações reais.

C1Q4E2: “Foi feito um plano de negócio, eu queria muito fazer, porque eu já tinha uma noção de como fazia e foi bem mais fácil, um site que me ajudou muito foi o Sebrae, nele tem de tudo para o apoio ao empreendedor. Por isso, eu acho que se você quer entrar nesse meio, você precisa fazer um plano de negócio, porque aí você entende a realidade do mercado que você está entrando”

C1Q4E3“Não foi realizado um plano de negócio, e até prejudicou um pouco, eu creio que o plano de negócio traça todas as metas, os objetivos e o que realmente vai comercializar, do modo que vai comercializar, e sem a presença do plano atrapalhou bastante.”

C1Q4E5: Começou meio na loucura, não teve o plano de negócio, só metemos a cara, se der certo, deu. Só que aí foi dando certo, e com um ano, a gente viu que era algo sério e a gente foi só investindo, porque sabia que o empreendimento iria fluir. Mas é necessário, pois é aquilo que vai lhe fazer crescer, porque se você não tiver, vai ficar sem saber para onde ir, quando a renda entrar não vai saber em que investir.

De acordo com as afirmações acima, é possível verificar que muitos empreendedores ainda não iniciaram seus negócios com a preparação de um plano de negócio e sofrem com dificuldades de manter o empreendimento. Esta postura alinha-se ao pensamento de Baron e Shane (2007) que afirmam que, é na preparação do plano de negócio que o empreendedor evita problemas e armadilhas, e que o desempenho dos empreendedores nessas fases do processo é de extrema importância para construir um sucesso duradouro. Os autores ainda mencionam que o processo empreendedor possui fases que não são fáceis de serem caracterizadas, pois, em cada fase desse processo, existe uma série de decisões a serem tomadas e de caminhos a serem percorridos, mas, muitos empreendedores pulam algumas fases desse processo ou não as fazem corretamente e isso acaba influenciando de forma negativa no crescimento do negócio.

4.2 MENTALIDADE EMPREENDEDORA

Seguindo para a segunda categoria de análise, o questionamento feito aos entrevistados foi referente a implantação de disciplinas no ensino formal. Seguem algumas respostas dos entrevistados:

C2Q1E1: “É de suma importância, por que o empreendedor, assim como tantas outras modalidades de trabalho, precisa ser visto como algo necessário(...) acredito que seria muito importante ser implantado desde o início do fundamental, para trazer a visão empreendedora para as crianças.”

C2Q1E2: “Eu acho que hoje em dia falta apoio, principalmente para os jovens empreendedores, mas quando se tem uma disciplina dessa dentro de uma escola, já vai construindo a mentalidade empreendedora.”

C2Q1E4: “É importante demais, eu tenho aprendido que empreender é algo que nasce dentro da gente, mas precisa de algo que desperte e abra os nossos olhos. Se tivesse antes, eu já teria essa base, pois o que me ensinou foi as quedas.”

Corroborando com as afirmações acima, Bueno (2017), afirma que ter a educação voltada ao empreendedorismo, contribuirá com o desenvolvimento de profissionais para gerir e criar novos negócios, assim como profissionais capacitados em suas áreas de atuação, contribuindo para o crescimento das empresas, pois, por meio do ensino, as instituições poderão

transformar alunos em empreendedores. E com a construção de uma cultura empreendedora pode ser capaz de mudar a realidade de uma região. Por esse motivo que Schaefer e Minello (2018), afirmam que os empreendedores são moldados desde a infância, pelas suas experiências e habilidades, evoluindo a partir da interação entre o ambiente e o comportamento empreendedor.

Com isso, a segunda pergunta desta categoria, questiona aos entrevistados quais cursos e conteúdo são importantes para o seu desenvolvimento, seguem algumas declarações dos entrevistados.

C2Q2E2: “Eu acho que existem alguns pilares que são fundamentais, cursos na área financeira que são muito importantes para o negócio e que às vezes deixam de lado. Curso de marketing, marketing digital, porque pra divulgar o negócio deve conhecer a dinâmica, para o tipo de negócio saber que tipo de propaganda irá usar. Curso no próprio ramo, entender o seu produto e encontrar inspiração com outras marcas.”

C2Q2E5: “Hoje eu vejo muito na internet, no Instagram, porque hoje tem muito conteúdo, antigamente não tinha, hoje temos a graça de abrir o Instagram e ter ensinando por onde começar, lhe dando um norte. Cursos de como começar a empreender, de como investir, onde investir, o que fazer para atrair clientes, tudo isso, e é algo que eu olho, porque a gente inicia, mas para permanecer nesse ramo, tem que estar sempre atualizado para, fidelizar os clientes.”

A partir das respostas, é notório que a educação empreendedora tem se destacado na vida dos empreendedores, pois a cada dia buscam conhecimento para se manterem no mercado e fidelizar os clientes, por isso que se capacitam e buscam conhecimento. Infelizmente, ainda muitos indivíduos não têm tanto acesso e isso acaba impossibilitando iniciativas empreendedoras. Percebe-se também através das falas dos entrevistados que, a internet na utilização das redes sociais como Instagram, tem entregado às pessoas conteúdos satisfatórios para o crescimento, seja conteúdos no ramo em que exercem quanto em outras áreas que são fundamentais para o negócio.

O GEM (2018) corrobora dizendo que a convivência com outros empreendedores, a busca de novas experiências e o acesso às informações, influenciam para a formação da mentalidade empreendedora dos indivíduos. Em conformidade, Schaefer e Minello (2018), afirmam que o indivíduo empreendedor tem a compreensão de si mesmo e do mundo, e a aprendizagem é o processo que prepara o sujeito para a atividade empreendedora, pois o indivíduo que tem a mentalidade empreendedora, pensa e age de forma empreendedora, manifestando um comportamento empreendedor diante das oportunidades existentes.

Mediante a isso, foi questionado aos entrevistados quais características fazem deles um bom empreendedor, as características mencionadas foram: determinação, coragem para seguir

no negócio mesmo em meio às dificuldades, aprendendo com os erros, criatividade, perseverança, visão e controle. Corroborando com isso, Bueno (2018), afirma que as características do empreendedor estão ligadas com a disposição de assumir riscos, de saber lidar com as incertezas, com a capacidade de identificar as oportunidades e isso determina o seu perfil empreendedor.

4.3 INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

Partido para a terceira categoria de análise, o questionamento feito aos entrevistados é sobre a influência que o empreendimento traz para o desenvolvimento econômico do município. Seguem as respostas a seguir:

C3Q1E2: “Trouxemos um diferencial para a cidade, e as outras pessoas, sejam elas concorrentes ou que ainda vão entrar no mercado, têm um padrão mínimo a atingir e isso vai melhorando a estrutura da cidade, a economia e as pessoas vão começando a investir mais nos seus negócios e quanto mais elas investem no seu próprio negócio, aquelas pessoas que saiam para comprar fora da cidade e pagar impostos de outras cidades, elas passam a colocar o dinheiro dentro da própria cidade e vai crescer a economia.”

C3Q1E5: “A influência que o negócio trás é gerar renda, a medida que alguém marcar uma festa, vem para o salão, daí gera renda pra gente e aí vai gerando renda para outros fornecedores, de roupa, de casa de festa, de comida, vai gerando renda para cidade inteira, sem contar que recebemos muitas clientes de fora, vem clientes para gastar aqui e a gente também gastar na cidade.”

C3Q1E8: “No crescimento para gerar ocupação e renda para outras pessoas na cidade.”

A partir das respostas dos empreendedores, é possível perceber que cada empreendimento oferece uma influência diferente para o município, seja na inovação como na geração de emprego e renda. Diante do analisado e em consonância com Janssen (2020), a abertura de novos negócios gera empregos e renda e estimulam a competitividade, e com isso incentiva a inovação, a produtividade e a diversidade de produtos e serviços. Além disso, a inovação aumenta a competitividade que estimula os outros negócios a aumentarem a eficiência e um ponto importante é a cooperação entre os empreendimentos que é fundamental para o desenvolvimento local. Para Da Costa Ramos *et al* (2020), os negócios criados por necessidade atuam como fator de redução das desigualdades sociais.

Diante disso, o segundo questionamento desta categoria feito aos entrevistados foi se eles tiveram ou se tem instituições que os apoiem, segue as respostas abaixo:

C3Q2E3: “Não tive e nem tenho apoio de instituições”

C3Q2E8: “Para iniciar não teve apoio nenhum, veio chegar depois quando eu já tinha iniciado, foram os Sesi e o Senai.”

C3Q2E9: “Não tive apoio, só dos meus pais que estavam no ramo e a credibilidade de alguns fornecedores, eles foram fundamentais no início, porque eles flexibilizam os prazos de pagamentos.”

Mediante as respostas acima, é perceptível a falta de apoio de instituições para o desenvolvimento do empreendimento local, no município de Itabaiana-PB, muitos empreendedores não foram acompanhados por essas instituições que promovem apoio para a criação de novos negócios ou a sobrevivência das que estão em crescimento.

De acordo com Dos Reis e Dos Santos (2021), as instituições não conseguem apoiar uma parcela dos empreendedores e isso acaba gerando desmotivação por se sentirem sozinhos, pois as informações estão disponíveis, mas poderiam ser melhor aproveitadas com uma aplicação direta e efetiva nas atividades. A presença de instituições de apoio é importante para estimular os empreendedores, mas uma parcela mínima busca esses órgãos para auxiliar no gerenciamento dos negócios (BARBOSA CORREIA *et al*, 2020).

Finalizando a última categoria de análise, o questionamento buscou identificar do ponto de vista dos empreendedores o que o governo municipal poderia fazer para estimular as pessoas a empreender. Diante disso, foram elencadas as principais respostas dos entrevistados:

C3Q3E1: “Muita coisa, principalmente no sentido de capacitação para jovens que estão saindo do ensino médio e não tem uma visão para seguir determinada carreira e se traz os cursos técnicos, eu acho que de certa forma abrange muito e abre o leque para novos empreendedores.”

C3Q3E8: “Poderia facilitar a questão da burocracia, de abertura de alvará, para quem está começando, oferecer uma facilidade melhor.”

C3Q3E9: “Eles poderiam proporcionar cursos de capacitação para quem tem interesse em profissões como barbeiro, manicure, para girar a economia. E para os comércios em si, poderia ser uma linha de crédito para investir, porque todo início é difícil.”

Em consonância com o que foi apresentado pelos entrevistados, Janssen (2020) discute que existem vários fatores para estimular o empreendedorismo, mas, o problema é que no Brasil, os empreendedores sofrem com as burocracias, o difícil acesso ao crédito bancário, a alta carga tributária e a baixa qualificação do capital humano. Dornelas (2016) reforça que, não é só a abertura de empresas que vai levar ao desenvolvimento, mas, é importante se preocupar com a capacitação empreendedora, para que predomine negócios estruturados.

Por esse motivo, ao compreender os elementos que os empreendedores locais discutem e pensam, é possível ter um norte para construir políticas públicas assertivas e contínuas, para assim buscar um impacto econômico e social, com práticas de negócios inovadores,

promovendo a eficiência tecnológica, gerando uma capacidade de transformar as ideias em oportunidades. Além da geração de emprego e renda que tem um forte impacto para a melhoria da qualidade na vida das pessoas e ter empreendedores capacitados para criar novos negócios em resposta às necessidades não satisfeitas. (BUENO, 2017)

Mas para construir esse futuro é necessário disseminar a cultura empreendedora, Mello e Nunes (2018), afirmam que a formação do perfil empreendedor é influenciada pelo ambiente cultural onde está inserido, é a partir daí que se inicia o fomento da inovação, da busca e do desenvolvimento de ideias, a cultura é a essência para empreender e junto a ela, está o comportamento e a educação empreendedora que são os caminhos que levam a criação de uma sociedade empreendedora.

As cidades do interior, como Itabaiana - PB se organizam economicamente em poucas bases de produção de renda, agricultura e serviço público, para realidades como essas do interior da Paraíba necessitamos criar um ecossistema que promova e sustente os negócios locais. Os negócios locais se restringem ao setor de comércio e a promoção do empreendedorismo seja pelo governo ou pela sociedade civil organizada, amplia as possibilidades de atuação, porque desperta a inovação por meio da disseminação de desenvolvimento de mentalidades empreendedoras, que visam se apoiar em soluções de problemas e agregar tecnologia nesse processo.

5. Considerações Finais

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a dinâmica empreendedora no município de Itabaiana-PB. Para que o propósito fosse alcançado foram elencados três objetivos específicos que nortearam a coleta e análise dos dados.

O primeiro objetivo buscou avaliar os motivos que levaram os indivíduos a empreender, desse modo, foi possível constatar que os motivos estão ligados à realização pessoal, ter o próprio negócio, com o foco na liberdade buscando um estilo de vida independente. Além disso o desemprego também foi um ponto determinante para a abertura dos negócios, percebe-se que o desemprego exerce uma influência ainda muito forte na decisão de empreender, por isso que as dificuldades de conseguir um emprego no mercado de trabalho impulsiona o fenômeno do empreendedorismo, forçando os indivíduos a desenvolverem uma atividade empreendedora como forma de sobrevivência ou para complementar a renda familiar. Os entrevistados ainda mencionam que, a maior dificuldade para iniciar o empreendimento estão ligados aos custos envolvidos na burocracia, impostos e a falta de apoio financeiro para iniciar o negócio.

O segundo objetivo específico, visou analisar a mentalidade empreendedora dos indivíduos, constatou-se que os indivíduos trazem características de mentalidade empreendedora como ter coragem, uma visão estratégica, traçam metas para cada área do negócio, possuem bom relacionamento e buscam conhecimento em suas áreas para se desenvolverem melhor como empreendedores. Por esse motivo, é possível perceber que os indivíduos possuem uma mentalidade empreendedora, que impulsiona o reconhecimento de boas oportunidades de negócios, gerando um ambiente favorável de crescimento econômico e social.

O terceiro objetivo específico, buscou compreender a influência da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico e social do Município, de acordo com os entrevistados perceber-se que os empreendimentos geram para o município ocupação e renda, o município é rodeado de cidades circunvizinhas, onde grande parte dos indivíduos adquirem produtos e serviços, dando um giro ainda maior na economia da cidade. De acordo com os dados coletados, a grande maioria dos entrevistados nunca tiveram apoio de instituições para o desenvolvimento do empreendimento, ainda mencionam que o governo municipal poderia oferecer assistência para os novos negócios e para os que estão em crescimento, além de disponibilizar apoio financeiro.

Por fim, se tratando do objetivo geral da pesquisa que é analisar a dinâmica empreendedora no município de Itabaiana-PB, mostra que o empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento do município, impulsionando a geração de ocupação e renda, mas, percebe-se que os empreendedores necessitam ser vistos e ter um apoio maior de instituições e do governo municipal. É fundamental oferecer uma maior facilidade de acesso ao crédito, maior rapidez para aberturas de empresas e ofertar para esses empreendedores uma formação empreendedora, incluir disciplinas de empreendedorismo no ensino fundamental e médio, para que assim, consiga despertar nos jovens o espírito empreendedor.

Com isso, essa pesquisa traz contribuições relevantes para o empreendedorismo, o tema abordado permite oferecer ao município de Itabaiana-PB, dados importantes para compreender a dinâmica empreendedora. Quanto às implicações acadêmicas, o estudo comprova que, o que é dito na teoria os dados conseguem revelar na prática e o roteiro pode ser aplicado em outros contextos, ampliando as discussões sobre o tema. A relevância prática que este estudo traz é sua importância de construir um diagnóstico situacional, trazendo elementos norteadores para guiar as políticas públicas locais, sobre as particularidades de cada ambiente e região. E por fim, a relevância social é que a pesquisa consegue trazer mais assertividade para a sociedade local, principalmente na realização de atividades contínuas direcionadas para as necessidades e

problemas da população.

Quanto às limitações do estudo, está ligada apenas na coleta dos dados, em alguns casos, os entrevistados não se mostraram tão disponíveis para a realização das entrevistas, protelando o período da coleta de dados e obtenção das informações. Sugere-se que as futuras pesquisas sejam realizadas com amostras maiores, avaliando a maior quantidade de empreendedores possíveis, para avaliar o panorama geral do município. Para avaliação de dados quantitativos, seria importante uma análise voltada ao quantitativo de empreendedores formais e informais do município de Itabaiana- PB. Por fim, como sugestão final, replicar o estudo em outros municípios e avaliar a influência do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social.

Referências

AQUINO, Thomaz Martins de. **Influência das aceleradoras no processo empreendedor: um estudo multicaseos**. 2020. Tese de Doutorado.

ASN, Agência Sebrae de Notícias. **Mesmo com pandemia, país registra recorde na abertura de MEI**. Disponível em: <[ASN, Agência Sebrae de Notícias. **Pequenos negócios sustentaram a geração de empregos em 2020**. Disponível em: <\[BARBOSA CORREIO, Hávila Maria Abreu; CÂMARA JÚNIOR, Sueldo Lopes; SEVERO, Eliana Andréa; DE GUIMARÃES, Julio Cezar Ferro; BARRETO, Laís Karla da Silva. EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO NORTE: FATORES FACILITADORES E DIFICULTADORES. **Revista Pretexto**, v. 21, n. 3, 2020.\]\(https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-sustentaram-a-geracao-de-empregos-em-2020,c4b4b3a9e4e67710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 22 mar. 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=\)](http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mesmo-com-pandemia-pais-registra-recorde-na-abertura-de-mei,028f6d7ad1c47710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Somente%20em%202020%2C%20foram%20registrados,3%20milh%C3%B5es%20de%20MEI%20ativos.> Acesso em: 25 mar. 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** / Laurence Bardin; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro, São Paulo: Edições 70, 2016.

Baron, R. A. Shane, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo** / tradução All Tasks. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BOCKORNI, Beatriz Rodrigues Silva; GOMES, Almiralva Ferraz. A AMOSTRAGEM EM SNOWBALL (BOLA DE NEVE) EM UMA PESQUISA QUALITATIVA NO CAMPO DA ADMINISTRAÇÃO. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v. 22, n. 1, 2021.

BUENO, Selma de Fátima da Silva. Mentalidade empreendedora: um estudo com universitários da cidade de Pimenta Bueno/RO. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de Taubaté. São Paulo, p.68. 2017.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa [recurso eletrônico]: escolhendo entre cinco abordagens** / John W. Creswell; tradução: Sandra Mallmann da Rosa; revisão técnica: Dirceu da Silva. - 3. ed - Dados eletrônicos. Porto Alegre:Penso, 2014.

DA COSTA RAMOS, Gloria Juliane; ALBUQUERQUE, Willy Farias; DE ARAÚJO RIBEIRO, Herica Gabriela Rodrigues; DE SOUZA, José Antônio Nunes. EMPREENDEDORISMO, CRESCIMENTO ECONÔMICO E DESEMPREGO: UM ESTUDO EMPÍRICO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. **Revista de Administração Unimep**, v. 18, n. 2, p. 98-122, 2020.

DE SOUZA, Gustavo Henrique Silva; ESTEVES, Germano Gabriel Lima; COELHO, Jorge Artur Peçanha de Miranda; LIMA, Nilton Cesar. Disposições Valorativas entre Empreendedores Informais Brasileiros. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 11, n. 4, p. 1030-1050, 2018.

DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6.ed. – São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DOS REIS, Tatiane Lopes; DOS SANTOS, Rejane Heloise. EMPREENDEDORISMO JOVEM: MOTIVAÇÕES, DIFICULDADES E PARTICULARIDADES. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 2, p. 36-65, 2021.

DOS SANTOS, Bruna dos Silva; LUZ, Kaissa Assen da; BRASIL, Ângela de Souza. EMPREENDEDORISMO INFORMAL: Um Estudo de Caso na Avenida Ponta Porã em Três Lagoas. **Rev. Conexão Eletrônica – Três Lagoas**, MS - Volume 15 – Número 1, 2018.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2018** \ Coordenação de Simaria Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores – Curitiba: IBQP, 2019.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019** \ Coordenação de Simaria Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores – Curitiba: IBQP, 2020.

GOMES, Almiralva Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **REA-Revista Eletrônica de Administração**, v. 4, n. 2, 2011.

GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real** / David E. Gray; tradução: Roberto Cataldo Costa; revisão técnica: Dirceu da Silva. - 2. ed - Porto Alegre: Penso, 2012.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Brasileiro de 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/itabaiana/panorama>> Acesso em: 28 Abr 2021.

JANSSEN, Nina. **A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil**. 2020. Trabalho de conclusão de curso - graduação em ciências econômicas. Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p.74 .2020.

LA ROVERE, Renata Lèbre; SANTOS, Guilherme de Oliveira; DUTRA, Leonardo Braga; PEREIRA, Karen Alves. POLÍTICAS EVOLUCIONÁRIAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, v. 6, n. 1, p. 100-121, 2021.

MELLO, Mario Fernando; NUNES, Luciano De Los Santos. A importância da educação empreendedora para a cultura e formação de novos empreendedores. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, v. 8, n. 13, p. 152-173, 2018.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; DE LIMA, Nyegge Vitória Martins. Fatores de impacto para sobrevivência de micro e pequenas empresas (MPEs). **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 5, p. 54-77, 2018.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo Fernando. A Formação de Novos Empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedora. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 11, n. 3, p. 2, 2017.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O que é educação empreendedora**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/educacao-empREENDEDORA,2441c681608f7510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 28 abr. de 2021.

SILVA, Andressa Hennig; CUNHA, Daniele Estivaleta; GASPARY, Eliana; MOURA, Gilnei Luiz de; FIGUEIRA, Kristina Kielling; HÖRBE, Tatiane de Andrade Neves. Análise de conteúdo: fazemos o que dizemos? Um levantamento de estudos que dizem adotar a técnica. **Conhecimento interativo**, v. 11, n. 1, p. 168-184, 2017.

SILVA, Michele da Cunha; MERÇON, Luciana. DE EMPREGADO A EMPREENDEDOR. **Episteme Transversalis**, [S.l.], v. 11, n. 1, maio 2020. ISSN 2236-2649. Disponível em: <<http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/episteme/article/view/2123>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

VIEIRA, Valter Afonso. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, v. 5, n. 1, 2002.