

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS
GERAIS - *CAMPUS* BAMBUÍ

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Lais Maia Costa Ribeiro

O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO BRASIL: Motivações, desafios e impactos na
sociedade contemporânea

BambuÍ

2025

LAÍS MAIA COSTA RIBEIRO

**O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO BRASIL: Motivações, desafios e impactos na
sociedade contemporânea**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade de artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção de título de Bacharela em Administração pelo Instituto Federal de Ciência e Tecnologia– *Campus* Bambuí.

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cássia Leal Campos

Coorientadora: Profa. Msc. Cláudia Aparecida de Campos

Catálogo na Fonte Biblioteca IFMG - *Campus Bambuí*

R484e Ribeiro, Laís Maia Costa.

O empreendedorismo jovem no Brasil: motivações, desafios e impactos na sociedade contemporânea [manuscrito] / Laís Maia Costa Ribeiro – 2025.
30 f. : il.

Orientadora: Rita de Cássia Leal Campos.

Coorientadora: Cláudia Aparecida de Campos.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais. *Campus Bambuí*, 2025.

1. Empreendedorismo no Brasil. 2. Jovens empreendedores. 3. Desafios do empreendedorismo. 4. Mercado de trabalho. I. Campos, Rita de Cássia Leal. II. Campos, Cláudia Aparecida de. III. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – *Campus Bambuí*. IV. Título.

CDD 658.421

Catálogo: João



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS

Campus

BambuÍ

Diretoria de

Ensino

Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas

Faz. Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros - Km 05 - Caixa Postal 05 - CEP 38900-000 - Bambuí - MG 37 3431 4900

- www.ifmg.edu.br

Laís Maia Ribeiro Costa

O EMPREENDEDORISMO JOVEM NO BRASIL: Motivações, desafios e impactos na sociedade contemporânea

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – *Campus* Bambuí para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 23/07/2025 pela banca examinadora:

BambuÍ, 01 de julho de 2025.



Documento assinado eletronicamente por **Rita de Cássia Leal Campos, Professora Substituta**, em 23/07/2025, às 16:11, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Marcos Júnior de Moura Paula, Professor**, em 23/07/2025, às 16:12, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Pellizzaro Dias Afonso, Professor**, em 23/07/2025, às 16:12, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **2366461** e o código CRC **E8C1322E**.

23209.001791/2025-11

2366461v1

Dedico este trabalho a todos que fizeram parte da minha trajetória durante o período em que estive na graduação, mas também a todos que me fizeram chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a Deus, por me conceder saúde, sabedoria e resiliência para concluir este trabalho e finalizar esta etapa tão importante em minha vida; aos meus familiares e amigos que acompanharam de perto toda essa trajetória, pois sem estas pessoas nada disso seria possível.

“A imaginação é mais importante que a ciência, porque a ciência é limitada, ao passo que a imaginação abrange o mundo inteiro”.
(Albert Einstein)

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo analisar a literatura científica sobre o crescimento do empreendedorismo jovem no Brasil com o intuito de identificar motivações e desafios enfrentados pelos jovens empreendedores, os impactos dessa atuação no mercado de trabalho e na economia, além de evidenciar lacunas existentes na literatura sobre o tema. Para a realização da pesquisa, foi utilizado o método de revisão integrativa de literatura com a finalidade de substanciar e debater sobre os estudos publicados sobre o tema e apresentar as lacunas de pesquisas encontradas, apontando as problemáticas que norteiam o tema com base em estudos e tendências do mercado em relação ao empreendedorismo jovem no país. Para isso, foram analisados 19 artigos publicados, que foram selecionados com base em critérios de relevância, alinhamento ao tema, por tipo de publicação e tipo de pesquisa. Os artigos selecionados foram categorizados em quatro categorias principais: motivações para o empreendedorismo jovem, desafios enfrentados, relação com inovação e cultura digital e impactos na economia, educação e mercado de trabalho. Os resultados indicaram que os jovens empreendem tanto por necessidade quanto por oportunidade percebida no mercado, sendo movidos pela busca por identidade, autonomia e propósito, como alternativas ao mercado de trabalho tradicional. Identificaram-se ainda desafios recorrentes, como falta de acesso a crédito, burocracia, ausência de políticas públicas e desigualdades sociais. A cultura digital se mostrou uma aliada estratégica, embora também traga pressões simbólicas. A educação empreendedora aparece como caminho promissor, mas ainda com acesso desigual. Conclui-se que o empreendedorismo juvenil é multifacetado e demanda políticas integradas e inclusivas.

Palavras-chave: Empreendedorismo no Brasil. Jovens empreendedores. Desafios do empreendedorismo. Mercado de trabalho.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the scientific literature on the growth of youth entrepreneurship in Brazil in order to identify the motivations and challenges faced by young entrepreneurs, the impacts of their activities on the labor market and the economy, and to highlight existing gaps in the literature on the subject. An integrative literature review method was used to support and discuss the published studies and to present research gaps, pointing out the main issues that shape the theme based on academic findings and market trends related to youth entrepreneurship in the country. A total of 19 articles were analyzed, selected based on criteria of relevance, thematic alignment, type of publication, and type of research. The selected articles were categorized into four main areas: motivations for youth entrepreneurship, challenges faced, the relationship with innovation and digital culture, and impacts on the economy, education, and labor market. The results indicated that young people engage in entrepreneurship both out of necessity and due to perceived market opportunities, driven by the pursuit of identity, autonomy, and personal purpose as alternatives to traditional employment. Recurring challenges were also identified, such as limited access to credit, bureaucracy, lack of public policies, and social inequalities. Digital culture emerged as a strategic ally, although it also brings symbolic pressures. Entrepreneurial education appears to be a promising path, yet access remains unequal. It is concluded that youth entrepreneurship is multifaceted and demands integrated and inclusive policies.

Keywords: Entrepreneurship in Brazil. Young entrepreneurs. Challenges of entrepreneurship. Labor market.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVO GERAL.....	13
2.1. Objetivos específicos	13
3. REFERENCIAL TEÓRICO	14
3.1 Empreendedorismo jovem no Brasil: Contexto, características e motivações	14
3.2 Novos paradigmas do empreendedorismo jovem, inovação e cultura digital	15
3.3 Desigualdades e desafios estruturais no empreendedorismo jovem.....	18
3.4 O papel da educação empreendedora	20
4. METODOLOGIA	21
5. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	23
5.1 Categorização e análise de literatura	28
5.1.1 <i>Motivações para o empreendedorismo jovem</i>	28
5.1.2 <i>Desafios do jovem empreendedor</i>	29
5.1.3 <i>Empreendedorismo jovem, inovação e cultura digital</i>	31
5.1.4 <i>Impactos na economia, educação e mercado de trabalho</i>	32
5.2 Síntese dos resultados e identificação de lacunas na literatura.....	33
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, foram observadas profundas mudanças no cenário do mercado de trabalho brasileiro, sendo parte delas estimuladas por transformações econômicas, pelos avanços tecnológicos e um aumento da valorização da autonomia profissional por parte dos trabalhadores. Nessa conjuntura, o empreendedorismo jovem surge como um fenômeno socioeconômico relevante, capaz de definir um novo rumo para a economia, apresentando uma alternativa de inserção produtiva e se tornando um reflexo das novas aspirações dos jovens brasileiros que enfrentam a rigidez dos vínculos formais de emprego e da instabilidade econômica do país (TAVARES; SOUZA NETO, 2023).

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025), o número de jovens empreendedores — na faixa etária de 18 e 29 anos — cresceu de 3,9 milhões no quarto trimestre de 2012 para 4,9 milhões no quarto trimestre de 2023, indicando um aumento de 25,6% no período. Com o cenário desafiador e das adversidades impostas pela pandemia da COVID-19, em 2020, houve uma queda no número de jovens empreendedores, mas voltando a crescer de forma consistente nos anos seguintes, demonstrando significativa resiliência.

Segundo o relatório técnico elaborado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Nacional (2023), a participação dos jovens no número total de donos de negócios no país demonstrou estabilização em 16,5%, sendo que grande parte desse índice se concentra em sua maioria na região Sudeste e, em menor participação, no Nordeste. A análise da escolaridade conclui que a maioria dos jovens empreendedores possui o ensino médio completo e apresenta um avanço significativo entre indivíduos com ensino superior incompleto ou completo. Tal índice demonstra uma tendência de qualificação crescente entre os jovens empreendedores como alternativa à inserção assalariada ao mercado de trabalho.

No entanto, o empreendedorismo jovem enfrenta desafios estruturais significativos. Dentre eles, destacam-se a dificuldade de concessão de crédito, a escassez de redes de apoio profissionais como parcerias e mentorias especializadas, a informalidade trazida pela cultura social atual (NUNES; LANDIM, 2024).

Lüdke e Bugs (2025) destacam diversas dificuldades enfrentadas por jovens empreendedores, especialmente relacionadas à falta de planejamento estratégico e à gestão

ineficiente dos negócios. Muitos desses empreendedores tendem a focar apenas nas demandas operacionais do dia a dia, negligenciando aspectos fundamentais como análise de mercado, gestão financeira e uso de indicadores de desempenho. Além disso, observa-se uma limitação no uso de ferramentas administrativas e na capacidade de tomar decisões baseadas em dados. Essas fragilidades tornam-se ainda mais relevantes quando esses jovens precisam competir com empresas já estabelecidas, que possuem maior experiência, reconhecimento de marca e redes de contatos consolidadas, dificultando o crescimento e a sustentabilidade dos novos negócios.

O crescente número de empreendedores jovens levanta, ainda, questionamentos sobre os impactos e as novas tendências que podem surgir no mercado de trabalho tradicional. De médio a longo prazo, a migração de jovens qualificados para atividades autônomas pode gerar déficits de mão de obra em setores-chave da economia formal, provocando um debate em torno de assuntos como a reorganização do trabalho, a precarização das condições laborais e os novos formatos de carreira (VIEIRA *et al.*, 2025).

De acordo com a revista EXAME (2024), o empreendedorismo jovem é uma alternativa de sobrevivência econômica e tem se caracterizado por ser uma escolha premeditada e estratégica, movida pelo desejo da população, entre 18 a 29 anos, de liberdade, inovação, conexão com seus propósitos de vida e impacto social. Muitos jovens veem na criação de seus próprios negócios a possibilidade de criar soluções criativas, de valor e sustentáveis para problemas sociais e ambientais capazes de redefinir, assim, os domínios conquistados pela atuação empresarial no século XXI.

Diante da crescente presença de jovens no cenário empreendedor brasileiro, torna-se essencial analisar de forma aprofundada as motivações que os levam a iniciar seus próprios negócios, os principais desafios enfrentados nesse processo e os impactos que essa atuação gera no mercado de trabalho contemporâneo. Compreender essas dinâmicas contribui para o desenvolvimento de políticas públicas mais eficazes, além de orientar a criação de mecanismos de formação, apoio e fortalecimento de empreendimentos liderados por jovens, promovendo sua integração qualificada e sustentável na economia nacional.

2. OBJETIVO GERAL

Analisar a literatura científica sobre o crescimento do empreendedorismo jovem no Brasil com o intuito de identificar motivações e desafios enfrentados pelos jovens empreendedores, os impactos dessa atuação no mercado de trabalho e na economia, além de evidenciar lacunas existentes na literatura sobre o tema.

2.1. Objetivos específicos

- Identificar os principais fatores de motivação que levam os jovens a se tornarem empreendedores, considerando aspectos econômicos, sociais e pessoais;
- Discutir os desafios enfrentados pelos jovens empreendedores para se estabelecerem e consolidarem seus negócios no mercado, incluindo obstáculos financeiros, falta de apoio e a informalidade;
- Analisar os impactos da presença de jovens empreendedores no mercado de trabalho formal e na economia do país, com foco nas mudanças ,nas dinâmicas de emprego e nas novas tendências econômicas.
- Identificar lacunas na literatura científica sobre o empreendedorismo juvenil, a fim de apontar temas ainda pouco explorados e que necessitam de maior aprofundamento acadêmico.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a elaboração do embasamento teórico do presente trabalho, foram explorados alguns conceitos fundamentais que sustentam a temática sobre o empreendedorismo jovem no Brasil.

3.1 Empreendedorismo jovem no Brasil: Contexto, características e motivações

Nas últimas décadas, o empreendedorismo jovem tem ganhado destaque no Brasil em resposta às transformações tecnológicas, sociais e principalmente econômicas, que foram capazes de reconfigurar diversos modelos de trabalho no mercado (SILVA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2023). O alto índice de desemprego estrutural, a informalidade laboral crescente e a rigidez dos modelos tradicionais de trabalho levantaram barreiras para a inserção profissional de muitos jovens, principalmente daqueles oriundos das periferias urbanas. Diante deste cenário, o empreendedorismo emerge como uma alternativa promissora para tais jovens conquistarem autonomia financeira e afirmação identitária (SOUZA *et al.*, 2023).

Esse movimento deve ser compreendido para além do reflexo da precariedade de oportunidades no mercado formal de trabalho, mas fundamentalmente precisa ser visto em suas demais nuances como uma forma de manifestação das novas aspirações juvenis. Muitos jovens associam o empreendedorismo à liberdade de criar, inovar e provocar impacto social, capazes de transformar o ato de empreender em um projeto de vida indo além de soluções emergenciais. Esse grupo de jovens compreendem que criar o próprio negócio está intimamente ligado à construção de sua própria identidade profissional, trazendo mais autonomia e conexão com seus valores pessoais e coletivos (EXAME, 2024).

Analisando pela perspectiva de Dornelas (2018), o empreendedorismo jovem pode ser compreendido a partir das definições de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade. Muitos jovens são motivados a empreender ao identificar oportunidades no mercado, buscando inovação, autonomia e crescimento pessoal. Por outro lado, há aqueles que ingressam no empreendedorismo por necessidade, impulsionados pela falta de alternativas no mercado formal de trabalho. O empreendedorismo por oportunidade geralmente resulta em negócios mais estruturados e sustentáveis, enquanto o por necessidade está associado a maiores desafios, como informalidade, dificuldade de acesso a recursos e capacitação limitada, situações comuns entre os jovens empreendedores brasileiros.

A alternativa pela criação do próprio negócio por parte dos jovens se intensifica a cada ano mesmo diante de um mercado formal que oferece poucas oportunidades de crescimento e alta instabilidade. No entanto, as motivações que levam os jovens a empreender são diversas e perpassam entre fatores econômicos, sociais e pessoais. Ainda que muitos comecem seus negócios por necessidade, esse público enxerga no empreendedorismo uma oportunidade estratégica, inspirada pelo desejo de autonomia capaz de proporcionar propósito de vida, direcionar vocação e reconhecimento social (GUEDES *et al.*, 2024; RIBEIRO; TEIXEIRA, 2012).

A busca por realização pessoal figura entre os principais motivos que impulsionam os jovens a abrirem seus próprios negócios, ao lado da identificação de oportunidades de mercado e da busca por independência financeira. Isso indica que, ao empreenderem, os jovens não visam apenas a geração de renda, mas também a construção de um projeto de vida que reflita suas crenças, paixões e identidade. Essa forma de empreender revela uma dimensão simbólica significativa, na qual o negócio é percebido como uma extensão do eu e um instrumento de expressão cultural, superando a lógica da racionalidade econômica tradicional (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012).

Em ambientes universitários, há evidências de comportamentos empreendedores dessa população cada vez mais estruturados, apresentando habilidades de liderança, habilidades de gestão, inovação e disposição para assumir riscos calculados. O interesse de participar de programas de incubadoras, *hackathons* e atividades extracurriculares têm sido pontos chave para desenvolver esse perfil empreendedor, aproximando teoria da prática (FAVERO *et al.*, 2024).

Outra característica importante diz respeito ao modo como os jovens empreendedores estabelecem suas relações de trabalho. Muitos deles adotam modelos colaborativos, priorizando causas sociais e ambientais, além de utilizar a tecnologia como meio para agregar valor aos produtos que consome e comercializa. A nova geração de empreendedores rompe paradigmas tradicionais ao valorizar relações horizontais, inclusivas e sustentáveis (PINHEIRO; OLIVEIRA, 2023).

3.2 Novos paradigmas do empreendedorismo jovem, inovação e cultura digital

O empreendedorismo jovem se destaca pela capacidade de inovar e romper com modelos tradicionais de negócios. Jovens empreendedores desenvolvem rapidamente soluções criativas voltadas para problemas sociais, de cotidiano, ambientais ou relacionados às novas

demandas surgidas no mercado digital. De acordo com Costa e Aragão (2022), esse movimento está intimamente ligado à busca pelo novo e à valorização da propriedade intelectual como um bem estratégico nos negócios, capazes de agregar valor especialmente em setores como tecnologia, moda, comunicação e *design*.

O enfoque em causas sociais e ambientais também têm levado os jovens a desenvolverem negócios carregados de propósito, alinhando sustentabilidade ambiental e socioeconômica à geração de valor econômico e monetário. Esse tipo de inovação, também denominada de “inovação social”, reflete um novo parâmetro de atuação empreendedora, onde lucro e impacto positivo são e precisam ser aliados e complementares. Kupczik e Silva (2024) evidenciam que experiências de educação empreendedora com enfoque na sustentabilidade têm fortalecido essa visão entre os jovens desde a escola básica.

Além da inovação presente nos produtos e serviços, os jovens trazem novos métodos de gestão, novas características de consumo e relacionamento com o cliente. Pinheiro e Oliveira (2023) afirmam que o uso das redes sociais como principais canais de comunicação e de marketing demonstram a habilidade tecnológica e de relacionamento dos jovens em usufruir das ferramentas digitais para expandir sua presença de mercado, estreitar a relação com o seu público, construir autoridade e engajar o público de forma orgânica e autêntica.

A cultura empreendedora jovem se desenvolve em ambientes com transformações digitais e também devido a uma crescente valorização da criatividade, inovação e trabalho em rede. Jovens possuem uma tendência a explorar modelos de negócios mais flexíveis, com baixa dificuldade de entrada e forte presença digital, explorando mais as plataformas digitais como redes sociais, *e-commerce* e demais aplicativos. Tal ecossistema favorece o crescimento de micro e pequenas empresas lideradas por jovens, mesmo com as limitações estruturais enfrentadas (PINHEIRO; OLIVEIRA, 2023).

A cultura de mídias sociais desempenha um papel central na construção do imaginativo do jovem empreendedor, apresentando o empreendedorismo como símbolo de sucesso, criatividade, liberdade e inovação. De acordo com Casaqui e Doretto (2022), a mídia de negócios contribui no processo de construção da figura do jovem empreendedor como indivíduo resiliente, criativo e plenamente capaz de transformar sua realidade através do trabalho autônomo, reforçando discursos de autossuperação inspiradores.

As redes sociais são consideradas ferramentas essenciais para que a nova geração de empreendedores promova seus produtos, fortaleçam suas marcas pessoais e estabeleçam conexões com seus públicos. Pinheiro e Oliveira (2023) afirmam que plataformas como o *Instagram* têm sido utilizadas de modo estratégico para ampliar sua visibilidade, estabelecer

autoridade no mercado e consolidar seus empreendimentos no mercado digital.

A influência de tais plataformas digitais vai além da divulgação. Elas funcionam como espaços de conexão, aprendizagem, inspiração e *benchmarking*, onde jovens podem observar e reproduzir estratégias de outros empreendedores. Esse contato é fundamental para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, uma vez que incentiva a observação, a experimentação e a inovação através da influência e busca contínua por melhoria (GUEDES *et al.*, (2024).

O ambiente digital se configura como uma terra promissora para a juventude empreendedora, ao mesmo tempo em que é capaz de oferecer baixo custo de inserção, liberdade criativa e oportunidades de engajamento com causas sociais. Tal realidade demonstra que o uso das redes sociais pelos jovens empreendedores elevou sua característica de *marketing*, tomando para si como parte integral de seus modelos de negócio e da sua forma de estar no mundo (CARVALHO; SANTOS, 2023).

No entanto, de acordo com Costa e Aragão (2022), é necessário considerar as problemáticas dessa cultura de visibilidade que também impõe pressões estéticas e comportamentais sobre os jovens, podendo criar altos níveis de expectativas de sucesso imediato e desempenho constante, transformando inspiração em autocobrança excessiva. A busca por reconhecimento nas redes pode gerar frustrações e inseguranças, principalmente entre aqueles que enfrentam barreiras sociais e econômicas mais severas e estão mais propensas à marginalização.

Em síntese, é possível evidenciar que o empreendedorismo juvenil que é baseado na inovação também contribui para a remodelagem do que se entende por carreira, trabalho e sucesso atualmente. Casaqui e Doretto (2022) discursam que os jovens não se veem mais inseridos em trajetórias lineares e tradicionais, mas sim em contextos mais fluidos, autônomos e multifacetados, onde empreender é uma forma de viver de acordo com seus próprios valores, propósitos e estilo de vida.

Em contrapartida, é importante mencionar que a originalidade e a criatividade dos jovens ainda carecem de proteção legal eficaz. Muitos jovens empreendedores iniciam suas atividades comerciais sem conhecer os mecanismos de registro e defesa da propriedade intelectual, os tornando vulneráveis à cópia ou apropriação de suas ideias. Costa e Iamamoto (2025) discursam sobre a importância de políticas públicas que sejam capazes de ampliar o acesso a instrumentos jurídicos de proteção, principalmente aos jovens de periferias advindos de contextos de vulnerabilidade.

3.3 Desigualdades e desafios estruturais no empreendedorismo jovem

Apesar dos avanços no empreendedorismo jovem como alternativa de independência profissional, socioeconômica e estratégia de realização pessoal, ele ainda é profundamente marcado por desigualdades sociais. Jovens advindos de contextos periféricos enfrentam desafios ainda mais severos relacionados à falta de infraestrutura, escassez de recursos financeiros e deficiência de redes de apoio estruturadas. De acordo com Costa e Iamamoto (2025), o empreendedorismo juvenil nas periferias da zona sul de São Paulo surge como uma prática de resistência, mas também revela as limitações impostas a tais indivíduos a um ambiente marcado pela exclusão social e econômica.

Além do fator territorial, o gênero também é considerado uma barreira importante para jovens empreendedoras. Santos (2020) afirma que mulheres jovens enfrentam preconceitos de gênero, sobrecarga de trabalho e falta ou dificuldade de acesso a recursos financeiros, comprometendo sua independência financeira, limitando a expansão de seus negócios. Nesse contexto, o empoderamento feminino depende de iniciativas individuais e de políticas públicas que sejam capazes de garantir equidade e suporte institucional.

O cenário atual de violência urbana e precariedade de oportunidades legais também empurram parte da juventude para caminhos de exclusão ou informalidade. Conforme Silva e Souza (2019), o empreendedorismo surge muitas vezes como uma alternativa de emancipação em territórios marcados pela violência, ainda que, em muitos casos, os indivíduos não possuam condições estruturais mínimas para garantir sustentabilidade ou proteção social.

A deficiência de formação adequada e a precariedade das condições de trabalho também são entraves para tais jovens e que exigem dos governos locais, instituições de ensino, setor privado e sociedade civil, ações articuladas para mitigar os efeitos negativos sobre tais negócios. A compreensão desse fenômeno com profundidade é essencial para o desenvolvimento de políticas eficazes e capazes de promover a inclusão produtiva da juventude (TAVARES; SOUZA NETO, 2023).

A ausência de programas de mentoria, capacitação, incubadoras acessíveis e políticas públicas direcionadas especificamente a jovens empreendedores reforça a desigualdade de oportunidades. Silva, Pereira e Oliveira (2023) afirmam que, apesar do empreendedorismo jovem ter crescido, os recursos disponíveis ainda estão concentrados em grupos com maior acesso a capital, informação e redes de apoio. Por isso, o desafio é garantir que o empreendedorismo jovem não seja refletido e acabe reproduzindo as desigualdades históricas sociais, mas contribua para a superação de tais problemáticas.

De acordo com Fernandes e Guimarães (2024), jovens que desejam iniciar negócios no mercado digital, especialmente no *e-commerce*, são relatadas dificuldades táticas, ausência de orientação e barreiras regulatórias, que comprometem a viabilidade dos empreendimentos. Uma barreira que se destaca entre esse público é a dificuldade de acesso ao crédito, especialmente entre jovens que não possuem garantias financeiras ou históricos e métodos formais de comprovação de renda. Conforme demonstrado por Ribeiro e Teixeira (2012), tal limitação acaba levando muitos jovens para a informalidade, dificultando o crescimento sustentável dos negócios e a inserção de tais jovens no ecossistema empreendedor mais estruturado.

Outro entrave em destaque é a ausência de políticas públicas direcionadas especificamente à juventude empreendedora. Diversos programas que fomentam o empreendedorismo são executados de forma genérica, desconsiderando as particularidades dos jovens, como a falta de histórico de crédito, experiência profissional ou de patrimônio. Segundo Ribeiro e Teixeira (2012), sem o apoio público adequado, grande parte dos jovens acaba atuando fortemente na informalidade, restringindo seu crescimento, os tornando vulneráveis para interromper os negócios.

A precariedade de redes de apoio é mais um fator limitante, pois iniciativas de orientação são essenciais para mentorear os jovens na gestão do próprio negócio e no desenvolvimento de estratégias a longo prazo. Conforme Guedes *et al.* (2024), os programas que oferecem suporte de forma acessível e contínua ainda são escassos, especialmente longe dos grandes centros urbanos ou das universidades.

Além disso, o ambiente de negócios brasileiros possui altos custos operacionais, tributários e logísticos que afetam diretamente micro e pequenos empreendimentos, principalmente o juvenil. Os jovens, por serem iniciantes na trajetória profissional e empresarial, são ainda mais sensíveis a esses fatores, especialmente atuando em um mercado já consolidado. Silva, Pereira e Oliveira (2023) destacam que, sem suporte institucional, os negócios de empreendedores jovens tendem a ter baixa durabilidade e pouca capacidade de geração de emprego e renda.

Dessa forma, muitos jovens empreendem em contextos de precariedade, muitas vezes sem acesso a segurança jurídica, previdência ou direitos trabalhistas uma vez que atuam de forma autônoma. Tal informalidade compromete a sustentabilidade do negócio e também limita o acesso a benefícios futuros, principalmente com relação à concessão de crédito. De acordo com Souza *et al.* (2023), a minoria dos jovens empreendedores contribui para o INSS, o que evidencia a fragilidade da estrutura de proteção social acessível para esse grupo.

3.4 O papel da educação empreendedora

A educação assume um papel importante na formação da mentalidade empreendedora entre os jovens. Programas educativos direcionados ao empreendedorismo nas escolas públicas e privadas fomentam o desenvolvimento de competências como liderança, criatividade, responsabilidade e administração de conflitos desde os anos iniciais da formação escolar. De acordo com Kupczik e Silva (2024), programas como Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP), fundado pelo SEBRAE, apresentam resultados promissores ao integrar práticas pedagógicas com valores fundamentados em sustentabilidade e autonomia.

A presença do empreendedorismo no currículo escolar contribui para incentivar o protagonismo e incentivar jovens a criarem soluções práticas para problemas reais do cotidiano social. Lima, Teixeira e Santos (2024) afirmam que o contato com atividades empreendedoras no período de ensino básico estimula o espírito de inovação e auxilia no desenvolvimento de habilidades interpessoais. Tal abordagem é capaz de ampliar as possibilidades de inserção dos jovens no mercado de trabalho e capacita os jovens para abrirem seus novos negócios.

O fortalecimento do empreendedorismo é refletido em ambientes universitários. Favero *et al.* (2024), evidenciam que muitos estudantes do ensino superior apresentam perfil empreendedor e desenvolvem seus próprios projetos durante a graduação, apoiados por centros de inovação, incubadoras e programas de extensão. Tais ambientes proporcionam experimentação e aprendizagem, que promovem a articulação da teoria com a prática.

Além da formação técnica, a educação focada em empreendedores também contribui para a construção de valores sociais e éticos. A proposta pedagógica de programas como o JEPP inaugurados pelo SEBRAE, não se limita à capacitação socioeconômica, mas também estimula uma consciência crítica e cidadã dos jovens, preparando-os para integrar o mercado de negócios com impacto social e ambiental positivos (BRIQUEZ, 2023). Dessa forma, o empreendedorismo pode ser concebido como ferramenta de transformação pessoal e coletiva.

Por isso, o incentivo à educação empreendedora é capaz de contribuir para reduzir desigualdades de acesso ao mercado de trabalho e ampliar as oportunidades de desenvolvimento, principalmente em comunidades marginalizadas. Carvalho e Santos (2023) destacam que ao integrar o mundo dos negócios às políticas educacionais, é plenamente possível potencializar a importância do papel da escola como espaço de empoderamento e mobilidade social, munindo de conhecimento e ampliando os horizontes de jovens que desde os primórdios da construção da sociedade civil, enfrentam barreiras socioeconômicas severas.

4. METODOLOGIA

A metodologia empregada na presente pesquisa conduziu os estudos em torno do tema abordado, envolvendo desde a análise do crescimento do empreendedorismo jovem, passando pela identificação dos fatores de motivação desse fenômeno e pelas problemáticas associadas a essa nova tendência de mercado no Brasil, até a demonstração das características dessa geração e dos impactos gerados no mercado atual.

Segundo Botelho *et al.* (2011), os artigos de revisão configuram-se como um tipo de investigação que se apoia em fontes bibliográficas ou eletrônicas previamente publicadas, com o propósito de reunir, analisar e consolidar os achados teóricos de outros autores, oferecendo embasamento conceitual a um determinado objeto de estudo. Com o intuito de atingir os objetivos estabelecidos, adotou-se a metodologia da revisão integrativa de literatura, a qual possibilita uma análise aprofundada das pesquisas já publicadas sobre o tema.

Esse tipo de revisão permite reunir, examinar, comparar e sintetizar de forma sistemática os conhecimentos produzidos em diferentes estudos, oferecendo uma compreensão mais ampla e integrada sobre o tópico em questão. A revisão integrativa permite a inclusão de estudos com diferentes abordagens metodológicas, promovendo uma visão mais abrangente e integrada do fenômeno investigado (TORRACO, 2016).

As bases de pesquisa utilizadas para selecionar os trabalhos que compõem o *corpus* deste trabalho foram o Google Acadêmico, Portal Capes e *Spell*. Tais bases apresentaram uma gama sólida de estudos sobre o assunto capazes de enriquecer a pesquisa e tornar o debate relevante para a temática. A busca nessas bases foi realizada entre 1 e 2 de maio de 2025, reunindo trabalhos que abordassem a temática de empreendedorismo no Brasil. Foram utilizados critérios de inclusão e exclusão descritos a seguir.

Na base do Google Acadêmico foram utilizados os seguintes descritores de pesquisa: “Jovens empreendedores” e “Brasil”, retornando 3.880 resultados. Fazendo um recorte de pesquisas nacionais, foi apresentada uma redução para 3.774 e, ao limitar a pesquisa para um período entre 2022 a 2025, o número foi reduzido para 828 resultados. Foram excluídos trabalhos como monografias, teses e dissertações. Nessa base, foram selecionados 15 artigos que abordam a temática de forma consistente e, portanto, contribuem para a discussão do tópico investigado.

Já no Portal Capes, utilizando os mesmos descritores de pesquisa “Jovens empreendedores” e “Brasil”, o resultado foi 8 artigos. Dentre eles, foram selecionados 3 artigos

que abordam os desafios e a realidade vivenciada pelo jovem empreendedor. Ademais, não houve recorte de período e também foram excluídas as monografias, teses e dissertações.

Na base de pesquisa *Spell*, foram utilizados os descritores “empreendedorismo” e “Brasil”. Como resultado, apenas um artigo foi encontrado. Por abordar a temática da presente pesquisa, esse artigo foi incluído na análise. Ao final, totalizaram-se 19 artigos selecionados para a revisão integrativa. O Quadro 1 resume os procedimentos realizados para a seleção dos artigos.

Quadro 1 – Seleção dos artigos nas bases científicas

Base de dados	Descritores utilizados	Recorte temporal	Critérios de exclusão	Resultados totais	Artigos selecionados
Google Acadêmico	“Jovens empreendedores” e “Brasil”	2022 a 2025	Monografias, teses e dissertações	828	15
Portal Capes	“Jovens empreendedores” e “Brasil”	Sem recorte	Monografias, teses e dissertações	8	3
Spell	“Empreendedorismo” e “Brasil”	Sem recorte	—	1	1
Total					19

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como resultado da seleção de trabalhos, 18 artigos foram considerados para compor o *corpus* da presente pesquisa. O Quadro 2 apresenta a caracterização dos artigos selecionados.

Quadro 2 – Artigos selecionados para a revisão

	Título	Autores	Ano	Periódico	Objeto de estudo	Palavras-chave
1	(Re)leitura de comportamentos empreendedores experimentados por universitários participantes de hackathon na perspectiva do metamodelo de Filion	Daniel Guedes, Tayllyrand Jorcelino, Diana de França e Sônia Carvalho	2024	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas	Comportamentos empreendedores experimentados por universitários participantes de hackathons	Hackathon, Metamodelo de Filion, Comportamento Empreendedor
2	A criação de negócios por empreendedores jovens: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe	Tomayka Mendonça e Ribeiro e Rivanda Meira Teixeira	2012	REGEPE Entrepreneurs hip and Small Business Journal	Trajetórias de criação de negócios por jovens empreendedores no estado de Sergipe	Empreendedorismo, jovens empreendedores, serviços
3	A produção da juventude empreendedora na mídia de negócios: discurso, cultura empreendedora e inspiração	Vander Casaqui e Juliana Doretto	2022	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	Representações discursivas do jovem empreendedor em publicações da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios	Juventude; Cultura da inspiração; Empreendedorismo; Discurso; PEGN

4	Abre a porta do bar e deixe as “Mina Gerenciar”	Breno de Paula Andrad e Cruz	2020	Administração: Ensino e Pesquisa	Experiência de mulheres jovens empreendedoras à frente de bares e estabelecimentos de lazer em Belo Horizonte	Planejamento Estratégico, Empreendedorismo, Plano de Negócios
5	E-commerce: dificuldades e desafios do jovem para a criação de um negócio	Wesley de Alencar Fernandes e Jairo de Carvalho Guimarães	2024	Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)	Barreiras enfrentadas por jovens empreendedoras na criação de negócios digitais via e-commerce	E-commerce, comércio eletrônico, dificuldades, oportunidades, jovens
6	Educação empreendedora e práticas de sustentabilidade ambiental e ecológica na Escola Municipal Vila Torres - Curitiba - PR - em parceria com o programa jovens empreendedores primeiros passos - SEBRAE	Kupczik e Silva	2024	Revista Internacional em Políticas	Implementação do programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP) em uma escola pública de Curitiba	Educação ambiental. Empreendedorismo. consumo consciente.
7	Empoderamento e empreendedorismo feminino: um estudo multicase com as jovens empreendedoras de Salvador	Ilzanete Teles dos Santos	2020	Revista Fomadores	Experiências de jovens empreendedoras em Salvador, com ênfase em gênero e empoderamento	Empreendedorismo, Empreendedorismo Feminino, Empoderamento

					ento	
8	Empreendedorismo e ensino superior: análise do perfil empreendedor de alunos de um centro universitário	Marcelo Bortotti Favero, Camila Chirnev, Patrícia Rodrigues da Silva, Luiz Henrique Paloschi Tome, Rafael Thiago Cezarni e Mariana Penha	2024	Revista Gestão	Perfil empreendedor de alunos de um centro universitário privado no estado do Paraná	Empreendedorismo, Ensino superior, Perfil empreendedor, Centro universitário, Educação superior
9	Empreendedorismo do jovem e barbearias em Paranaíba – PR	Gabriel Henrique da Silva e Rejane Heloíse dos Santos	2022	Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo	Negócios de barbearias criados e gerenciados por jovens empreendedores na cidade de Paranaíba (PR)	Empreendedorismo, Empreendedorismo Jovem, Barbearias
10	Empreendedorismo nas políticas educacionais e nas escolas	Regiane Meira de Carvalho e Edemilson Donizete dos Santos	2023	Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades	Inserção do empreendedorismo nas políticas educacionais brasileiras e sua presença nas práticas pedagógicas das escolas	Educação empreendedora, Itinerários formativos, Contrarreforma do Ensino Médio

11	Jovens empreendedores e utopias periféricas na zona sul de São Paulo	Henrique Costa e Sue A. Iamamoto	2025	Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais	Experiências de jovens empreendedores periféricos da zona sul da cidade de São Paulo	Atores, agentes e sujeitos; Economia social; Mobilidade socioespacial; Periferias urbanas; Empreendedorismo; Trabalho e renda; Horizonte de expectativa
12	Matando o futuro: juventude, violência, e empreendedorismo como emancipação	Éder Danilo Bezerra e Tales Andreassi	2021	Revista Administração em Diálogo	A relação entre juventude, violência urbana e empreendedorismo como alternativa de emancipação social	Emancipação, Empreendedorismo, Jovem, Pobreza, Universidade
13	Movimento jovem empreendedor e sua relação com a inovação e propriedade intelectual	Alan Farias Costa e Iracema Machado de Aragão	2022	Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação – RENI	A relação entre juventude empreendedora, inovação e uso da propriedade intelectual no contexto brasileiro	Empreendedorismo, Empreendedorismo Jovem, Inovação, Propriedade Industrial
14	O empreendedorismo na Educação Básica como força motivadora no desenvolvimento do protagonismo e	Lucas Briquez	2023	Revista Multidisciplinar	O papel da educação empreendedora na formação de competências em	Empreendedorismo na escola, Competências comportamentais, Teia multicultural

	de demais competências técnicas e comportamentais				estudantes do ensino básico	
15	O Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP) e o fomento à mentalidade empreendedora nas escolas	Jociene Araujo Lima, Janaira Fernandes Teixeira e José Deribaldo Gomes dos Santos	2024	Revista Teias	Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP)	Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos, mentalidade empreendedora, educação
16	Produção de conteúdo no Instagram como estratégia da marca pessoal dos empreendedores digitais em relações públicas	Amanda Pinheiro e Danielle Antunes de Oliveira	2023	Cadernos de Comunicação	Estratégias de uso do Instagram por jovens empreendedores digitais da área de comunicação e relações públicas	Empreendedorismo em relações públicas; Marca pessoal; Produção de conteúdo no Instagram.
17	Startups e juventude empreendedora: um mapeamento no ecossistema SancaHub	João Silva, Maria Pereira e Carlos Oliveira	2023	Brazilian Journal of Business	Empreendedorismo juvenil no Brasil, com foco em desafios estruturais e oportunidades emergentes	Empreendedorismo, Startups, Coworking, Ecossistema de Inovação
18	Startups: pequenos negócios por jovens empreendedores	Júnior Oliveira de Souza, Giovana Pereira de Meneses e Paulo José	2023	Organizações e Estratégias	Cultura empreendedora e pequenos negócios liderados por jovens	Startups, Empreendedorismo, Matemática Financeira, Educação Financeira, Inovação

		da Silva			no Brasil	
19	Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe	Felipe Carvalhal, Ana Luísa Leão e Rivanda Meira Teixeira	2012	Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação – RENI	Perfil e motivações de jovens Empreendedores da Cidade de Aracaju (SE)	Empreendedorismo jovem; Perfil de empreendedores; Motivações

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

5.1 Categorização e análise de literatura

Para a elaboração deste trabalho, principalmente no processo de categorização de pesquisas, uma divisão de categorias dos artigos relacionados presentes na literatura sobre o tema abordado neste trabalho foi realizada.

Por isso, a fim de alcançar os objetivos de pesquisa, a categorização dos estudos encontrados foi elaborada para auxiliar no processo de análise das razões que levam os jovens a empreender, compreender quais são os desafios que este público enfrenta para solidificarem seus negócios, evidenciar os impactos da atuação de jovens empreendedores na economia e no mercado de trabalho e por último destacar as lacunas existentes na literatura sobre o tema.

5.1.1 *Motivações para o empreendedorismo jovem*

Com o objetivo de identificar quais fatores motivam jovens a empreender, Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) fizeram uma pesquisa de campo na cidade de Aracaju (SE) e constataram que os principais fatores de motivação são o desejo por autonomia financeira, realização pessoal e a percepção que esse público tem sobre as oportunidades de mercado. Neste trabalho, a metodologia adotada resumiu-se em entrevistas com jovens empreendedores já atuantes no comércio local.

Já no estudo de Guedes *et al.* (2024) foi realizada uma análise do comportamento empreendedor de universitários que participam de *hackathons*, baseando-se no modelo de *Filion*. A metodologia do estudo é de caráter qualitativo e revelou que tais jovens são movidos por desafios, buscam inovação e aprendizado prático, evidenciando que esse público possui uma motivação ligada à experimentação e principalmente ao protagonismo.

Casaqui e Doretto (2022) analisaram o modo como a revista *Pequenas Empresas &*

Grandes Negócios é capaz de construir a ideia do jovem empreendedor. A pesquisa, fundamentada na análise de discurso, demonstrou que a mídia acaba promovendo uma imagem idealizada e muitas vezes irreal do empreendedorismo como uma trajetória de sucesso e superação, e acaba influenciando as motivações dos jovens a seguirem esse caminho.

Por fim, o estudo de Silva e Santos (2022) investigou o perfil e as motivações de jovens empreendedores que criaram e gerenciam barbearias em Paranavaí (PR). A pesquisa qualitativa descritiva utilizou entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo para identificar tendências entre os empreendedores entrevistados. Os resultados mostraram que todos os negócios foram motivados por necessidade de renda, formalizados, e escolhidos pelo potencial de rentabilidade do setor masculino de beleza. Todos relataram impactos causados pela pandemia de COVID-19 e adotaram estratégias de marketing, especialmente digital, para mitigar a crise. Identificou-se ainda convergência quanto às características valorizadas pelos jovens para empreender, reforçando a relevância da formalização e do marketing estratégico no contexto jovem das barbearias.

5.1.2 *Desafios do jovem empreendedor*

Na investigação conduzida por Ribeiro e Teixeira (2012), por meio de um estudo de casos múltiplos desenvolvido no município de Sergipe, foram identificados diversos desafios enfrentados por jovens empreendedores no processo de criação de novos negócios. Dentre esses desafios, destacam-se, de forma mais significativa, a excessiva burocracia nos trâmites legais e administrativos, a prevalência da informalidade nas atividades econômicas e a carência de apoio institucional efetivo, fatores que se configuram como os principais entraves ao desenvolvimento e à consolidação de iniciativas empreendedoras na região analisada.

Nos estudos de Fernandes e Guimarães (2024), o foco foi no empreendedorismo digital entre jovens, tendo sido aplicada uma pesquisa com empreendedores iniciantes no *e-commerce*. Os resultados revelaram que as dificuldades mais comuns envolvem logística, regulamentação e ausência de habilidades técnicas adequadas.

Santos (2020), em um estudo de diversos casos com jovens empreendedoras de Salvador no estado da Bahia, destacou os desafios enfrentados por mulheres jovens, abrindo

leque para as discussões como o preconceito de gênero, ausência de acesso a crédito e múltiplas jornadas são tidos como dificultadores do desenvolvimento de negócios.

Silva e Souza (2019) realizaram um estudo de caso com jovens residentes de áreas com índices de vulnerabilidade social e constataram que o empreendedorismo nesses contextos sociais é motivado pela exclusão socioeconômica. No entanto, a insegurança financeira, a violência urbana e a carência de políticas públicas acabam comprometendo severamente a viabilidade de tais empreendimentos.

Favero *et al.* (2024), através da aplicação de um questionário a estudantes universitários do Paraná, observaram que os jovens com um perfil inclinado ao empreendedorismo, e que, todavia, enfrentam limitações como falta de orientação, precisam de mentoria e infraestrutura institucional para favorecer a prática empreendedora.

O estudo de Cruz (2020), apresentado como um caso de ensino, explora a experiência de mulheres jovens empreendedoras à frente de bares e estabelecimentos de lazer em Belo Horizonte, com foco em planejamento estratégico, plano de negócios e inclusão social. A narrativa fictícia, baseada em situações realistas, convida os leitores a refletirem sobre desafios gerenciais, socioculturais e de identidade enfrentados por uma jovem empreendedora, que busca criar um negócio inclusivo e inovador. O estudo contribui para a compreensão do empreendedorismo feminino em contextos marcados por desigualdades de gênero e propõe uma abordagem gerencial sensível à diversidade.

Tales Andreassi (2021) investigaram como o empreendedorismo pode ser percebido como uma via de emancipação por jovens em contextos marcados pela violência urbana. Para isso, os autores utilizaram uma abordagem qualitativa, com base em entrevistas em profundidade realizadas com jovens empreendedores de periferias urbanas. Os resultados revelam que, embora o empreendedorismo surja como uma estratégia de sobrevivência e resistência frente à exclusão social e à violência cotidiana, ele também enfrenta limitações estruturais que dificultam a verdadeira emancipação. O estudo destaca a importância de políticas públicas mais integradas e sensíveis às realidades sociais desses jovens, apontando para a necessidade de repensar o papel do empreendedorismo em contextos de vulnerabilidade.

Por fim, Souza, Meneses e Silva (2023), através de uma revisão bibliográfica, constaram que os jovens empreendedores enfrentam desafios relacionados à informalidade, escassez de políticas públicas, dificuldades de acesso a crédito e discriminação social, principalmente em contextos mais vulneráveis socialmente.

5.1.3 *Empreendedorismo jovem, inovação e cultura digital*

Nos estudos de Pinheiro e Oliveira (2023), foi analisado o uso do *Instagram* por jovens empreendedores como principal ferramenta de *marketing* pessoal. A pesquisa foi feita através de um estudo de caso, com entrevistas e análise de conteúdo. Como resultados, o trabalho concluiu que as redes sociais são utilizadas de maneira estratégica para divulgar produtos, criar autonomia e estabelecer identidade de marca, gerando novas formas de trabalho e estabelecendo novos formatos de relacionamento com o público.

Casaqui e Doretto (2022) exploraram o papel da mídia na construção do símbolo do empreendedor e, nessa pesquisa, os autores apontaram que a cultura digital fomenta uma estética empreendedora que é baseada em uma performance de sucesso e individualidade, influenciando o posicionamento dos jovens no mercado e na maneira como inovam. Neste estudo, os autores através de uma metodologia com abordagem qualitativa-dedutiva, mapearam e categorizaram os eixos semânticos comportamentais dos jovens a fim de identificar padrões retóricos que legitimam o “perfil ideal” do empreendedor, por isso, acabam construindo padrões estéticos que fomentam frustração.

Costa e Yamamoto (2025) realizaram um estudo etnográfico em comunidades periféricas da zona sul de São Paulo e observaram que os jovens utilizam as mídias sociais e demais aplicativos como principais ferramentas de divulgação de produtos e criação de negócios que possuem baixas barreiras de entrada. Portanto, nesse caso, a cultura digital é tida como um espaço de inserção econômica alternativa e inovadora.

Guedes *et al.* (2024), ao investigarem *hackathons* universitários, constataram que os eventos fomentam o uso de tecnologias, soluções criativas e promovem inovação social como estratégias empreendedoras entre o público jovem, principalmente universitários de cursos técnicos e de engenharia, através de uma metodologia qualitativa, bibliográfica e exploratória. Desta forma, os resultados obtidos apontam que o comportamento empreendedor de jovens é motivado por fatores que favorecem a visão, energia, liderança, cosmovisão e sistemas de relações que são fundamentais para o desenvolvimento social, cultural e de negócios.

Por fim, o estudo de Costa e Aragão (2022) analisou o Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste brasileiro, investigando sua relação com a inovação e práticas de proteção da propriedade intelectual. Adotando abordagem mista (qualitativa e quantitativa), o trabalho identificou que o movimento opera principalmente por meio de parcerias entre instituições públicas e privadas, organizando cursos, palestras, eventos, sessões de brainstorming e competições de modelos de negócio em universidades e faculdades. Essas

iniciativas fomentam a cultura de inovação, conscientizando jovens empreendedores sobre a importância do registro de patentes, transferência de tecnologia e uso estratégico da propriedade industrial.

5.1.4 *Impactos na economia, educação e mercado de trabalho*

Costa e Yamamoto (2025), em seu estudo etnográfico com jovens da periferia de São Paulo, revelaram que pequenos empreendimentos são capazes de promover mobilidade social e inclusão socioeconômica, no entanto, a fragilidade estrutural dos negócios desse público, a dificuldade de acesso a crédito, aliada à falta de políticas públicas, acabam limitando os efeitos positivos de longo prazo na economia local, inibem o potencial desses empreendedores de consolidar suas trajetórias econômicas, a fim de deixá-las mais estáveis e exercem influência negativa ao desenvolvimento das economias locais, como nas periferias urbanas.

Silva, Pereira e Oliveira (2023) mapearam o ecossistema de inovação em São Carlos (SP), através do *Sanca Hub*. O estudo revelou que ambientes de inovação tecnológica, podem favorecer a atuação de jovens empreendedores, porém apresentam barreiras de acesso a pessoas de baixa renda e/ou fora dos grandes centros urbanos. Além disso, o estudo aponta que tais mídias são mais do que canais de divulgação, são ambientes nos quais se constroem narrativas de marca, se estabelecem relacionamento com o consumidor e a marca toma um posicionamento pessoal e comercial, alterando profundamente os modelos de negócios para aspectos mais fluidos, personalizados e direcionados para nichos de mercado.

Pinheiro e Oliveira (2023) destacaram em seu estudo que o uso das mídias sociais por jovens empreendedores promove novas formas de ocupação e provoca mudanças de consumo, nas interações com o mercado e nos modelos de negócio, causando impactos significativos no modelo de concepção de trabalho.

O estudo de Lima, Teixeira e Santos (2024) investigou os efeitos do Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP) na promoção da mentalidade empreendedora entre estudantes da educação básica. A pesquisa analisa como a metodologia do programa, desenvolvida pelo SEBRAE, contribui para o desenvolvimento de atitudes proativas, criativas e colaborativas nos alunos, por meio de práticas pedagógicas que estimulam o pensamento crítico e a autonomia. Os autores destacam que o JEPP favorece a integração entre teoria e prática, fortalecendo competências empreendedoras desde os primeiros anos escolares. Os resultados apontam que o programa tem potencial para transformar a cultura escolar, promovendo uma educação voltada à formação integral do estudante e ao preparo para os

desafios sociais e profissionais do século XXI.

Kupczik e Silva (2024) também analisaram a implementação do programa JEPP em uma escola municipal de Curitiba-PR, integrando educação empreendedora e práticas de sustentabilidade ambiental. A experiência envolveu oficinas com estudantes voltadas à construção de horta orgânica e brinquedos ecológicos, fomentando consumo consciente e uso responsável de recursos naturais. As atividades permitiram o protagonismo juvenil e o engajamento da comunidade escolar, promovendo a conscientização socioambiental e contribuindo para a formação de cidadãos críticos e ambientalmente sensíveis.

Ainda no contexto educacional, Brinquez (2023) analisou o papel do empreendedorismo na educação básica como estratégia para o desenvolvimento do protagonismo estudantil e de competências técnicas e comportamentais. A pesquisa parte da premissa de que a inserção da cultura empreendedora no ambiente escolar contribui significativamente para a formação de sujeitos autônomos, criativos e socialmente engajados. Com base em revisão teórica e análise de experiências pedagógicas, o autor destaca que a prática do empreendedorismo na escola estimula habilidades como liderança, trabalho em equipe, resolução de problemas e comunicação eficaz, além de promover uma perspectiva multicultural por meio da valorização da diversidade e da pluralidade de ideias. O estudo conclui que a educação empreendedora pode ser um instrumento transformador ao integrar o conhecimento técnico com o desenvolvimento pessoal e social dos estudantes.

5.2 Síntese dos resultados e identificação de lacunas na literatura

A análise dos artigos que compõem o *corpus* da pesquisa indicou que o empreendedorismo jovem no Brasil se caracteriza como um fenômeno multifacetado, motivado por necessidades econômicas, desejos de autonomia, inovação e propósito por parte da nova geração. Com base na revisão conduzida, nota-se que a juventude tem buscado no empreendedorismo uma alternativa para sua própria inserção produtiva diante da rigidez que o mercado formal de trabalho impõe, mercado este que também é marcado pelo desemprego estrutural, instabilidade e precarização (SILVA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2023).

Autores como Dornelas (2018), Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) e Guedes *et al.* (2024) evidenciam como os jovens são impulsionados por fatores diversos, indo desde a identificação de oportunidades no mercado até a busca por propósito de vida no que fazem. Sendo assim, o empreendedorismo ultrapassa a necessidade econômica e se torna um projeto fator de identidade e símbolo para essa geração que carrega diversidade e autonomia. Muitos

deles empreendem por um motivo que vai além de gerar renda e acabam atuando em causas sociais, ambientais e culturais capazes de ressoar com seus valores pessoais (EXAME, 2024).

No entanto, apesar do discurso de autonomia e identidade, a literatura também revela entraves que dificultam a consolidação desse empreendedorismo. Dentre os desafios enfrentados estão a informalidade, o acesso restrito ao crédito (RIBEIRO; TEIXEIRA, 2012), a deficiência de redes de apoio, a precariedade de políticas públicas e as desigualdades estruturais (COSTA; IAMAMOTO, 2025). Além disso, os jovens têm demonstrado dificuldades em áreas que exigem estudo específico como gestão financeira, análise de mercado e planejamento estratégico (LÜDKE; BUGS, 2025), o que compromete o sucesso de tais negócios.

Outro aspecto importante apresentado na literatura é a influência da cultura digital no modo de empreender da juventude. As mídias sociais são amplamente utilizadas como meio de divulgação, relacionamento com o cliente e construção de marca pessoal. O uso estratégico das redes sociais, das plataformas digitais e da mídia como espaço de construção identitária e de mercado mostra-se recorrente nos estudos analisados. Essas práticas, além de inovadoras, possibilitam novos formatos de trabalho e inserção produtiva, especialmente para jovens de classes populares que enfrentam maiores barreiras ao acesso formal ao mercado. No entanto, Costa e Aragão (2022) alertam para os malefícios dessa exposição, como o excesso de autocobrança, possíveis frustrações com o sucesso idealizado e glamourizado e desgaste emocional.

Cabe destacar que tais inovações não anulam os desafios estruturais, mas exigem que políticas públicas acompanhem essas transformações, oferecendo suporte técnico, emocional e financeiro para a juventude empreendedora (PINHEIRO; OLIVEIRA, 2023). A educação empreendedora atua como uma ferramenta estratégica para o fortalecimento da profissionalização dos jovens empreendedores. Programas como o Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP), promovido pelo SEBRAE (LIMA; TEIXEIRA; SANTOS, 2024; KUPCZIK; SILVA, 2024) e experiências em universidades como as incubadoras (FAVERO *et al.*, 2024) são apontados como referências para o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, apesar do seu acesso ainda ser desigual e concentrado em regiões urbanas ou em instituições privadas (CARVALHO; SANTOS, 2023).

Em síntese, é possível afirmar que as quatro categorias analisadas – motivações, desafios, inovação e impactos – estão profundamente interligadas, compondo uma rede de fatores que moldam a experiência do jovem empreendedor no Brasil. Dessa forma, políticas públicas, práticas pedagógicas e iniciativas privadas que pretendam fomentar o

empreendedorismo juvenil de forma sustentável devem considerar essa complexidade. A compreensão integrada dessas dimensões é essencial para o desenvolvimento de ações que promovam não apenas o surgimento de novos empreendimentos, mas também sua permanência, consolidação e contribuição efetiva para a transformação social e econômica das juventudes brasileiras.

Contudo, ainda que existam contribuições relevantes na literatura sobre assuntos que norteiam o tema, as motivações, desafios e impactos do empreendedorismo juvenil, ainda há algumas lacunas que permanecem pouco exploradas. Pode-se citar uma delas como exemplo de estudos que se referem à trajetória de jovens empreendedores em regiões rurais do país, que por dificuldades de acesso, acabam enfrentando condições ainda mais precárias de acesso à tecnologia, profissionalização e acesso a financiamento. Outra lacuna identificada diz respeito à perspectiva interseccional de gênero e etnia no empreendedorismo jovem, que pode ser capaz de revelar outras desigualdades mais profundas entre perfis diferentes de empreendedores.

Além disso, é possível observar também uma escassez de estudos de acompanhamento longitudinal, capazes de investigar a sustentabilidade dos empreendimentos criados por jovens ao longo do tempo, ou seja, a consolidação e a permanência desses empreendimentos no mercado e seus efeitos causados à mobilidade social e sobre a economia local. Além disso, pode-se citar a ausência de estudos que analisem e destaquem os efeitos psicossociais do empreendedorismo, principalmente em contextos em que há maior exposição midiática, pressão excessiva por performance e precariedade de suporte emocional.

Por fim, ressalta-se que este trabalho contribui para a literatura mediante ao assunto ao evidenciar a dimensão da complexidade que é o fenômeno do empreendedorismo juvenil e a necessidade emergente por abordagens mais amplas, integradas e inclusivas que considerem as particularidades territoriais, sociais e culturais da juventude brasileira empreendedora.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu a compreensão do fenômeno do empreendedorismo jovem no Brasil como uma resposta múltipla às transformações que vêm ocorrendo no mercado de trabalho, aos desafios enfrentados pela juventude e às novas aspirações relacionadas à autonomia, busca por identidade, inovação e propósito. A partir da revisão integrativa da literatura, foi possível evidenciar que, apesar de muitos jovens ingressarem no empreendedorismo por necessidade e alternativa financeira, há uma crescente motivação por trás do impulso socioeconômico que é baseada em valores pessoais, realização profissional, impacto social e à grande necessidade de conexão nas relações que este público busca.

No entanto, os desafios que esses jovens enfrentam ainda são significativos. A falta de acesso a crédito, a informalidade, a precariedade de políticas públicas e as desigualdades socioeconômicas, de gênero e territoriais impõem barreiras que dificultam a consolidação e sustentabilidade de seus empreendimentos. Tais fatores reforçam a necessidade emergente de uma atuação mais assertiva e ativa do poder público, de instituições educacionais e do setor privado na movimentação para criação de políticas de apoio, de formação e incentivo ao empreendedorismo juvenil.

Foi possível observar que a cultura digital exerce um papel muito importante na forma como esses jovens empreendem, ou seja, utilizando redes sociais e plataformas digitais como ferramentas de *marketing*, estabelecimento de relacionamento e gestão de negócios. Todavia, apesar dos muitos benefícios, esse ambiente impõe pressões estéticas e criam desafios emocionais que precisam ser considerados no processo de formação de políticas e práticas voltadas para esse público.

A educação empreendedora, por sua vez, pode ser vista como um fator estratégico para o desenvolvimento de competências essenciais para esse público como autonomia e protagonismo juvenil. Programas e iniciativas universitárias voltadas ao empreendedorismo apontam para caminhos promissores, apesar da desigualdade de acesso a essas oportunidades. Como limitação deste trabalho, destaca-se o uso exclusivo da língua portuguesa para as buscas, o que restringiu o acesso a estudos e publicações em outros idiomas. Além disso, a ausência de dados específicos com impacto direto na economia dificultou a obtenção de informações mais relevantes para a construção da presente pesquisa.

O trabalho destacou lacunas importantes na produção e divulgação acadêmica sobre o tema, principalmente ao se referir à trajetória de jovens empreendedores inseridos em contextos sociais de vulnerabilidade, à sustentabilidade de seus negócios a longo prazo e à aplicabilidade

das políticas públicas existentes atualmente. Tais lacunas identificadas apontam para a necessidade de aprofundamento em pesquisas futuras, com abordagens mais inclusivas sobre a diversidade da juventude brasileira e o nível de complexidade das dinâmicas sociais envolvidas no empreendedorismo.

Recomenda-se, portanto, o desenvolvimento de estudos que analisem, de forma longitudinal, a sustentabilidade dos negócios iniciados por jovens em situação de vulnerabilidade; investiguem o acesso real e a eficácia das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo juvenil, especialmente em regiões periféricas e rurais; considerem aspectos interseccionais como gênero, raça, escolaridade e território; explorem, por meio de metodologias qualitativas e participativas, as motivações subjetivas, redes de apoio e trajetórias pessoais que influenciam a decisão de empreender; e promovam o diálogo entre universidade, governo e sociedade civil, ampliando a produção de conhecimento aplicada à formulação de políticas mais efetivas e justas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, Éder Danilo; ANDREASSI, Tales. Matando o futuro: juventude, violência, e empreendedorismo como emancipação. **Revista Administração em Diálogo**, v. 23, n. 3, p. 60-76, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5346/534675575005/534675575005.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2025.

BOTELHO, L. et al. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011. Disponível em: <https://ges.face.ufmg.br/index.php/gestoesociedade/article/view/1220/906> . Acesso em: 28 jul. 2025

BRIQUEZ, L. O empreendedorismo na Educação Básica como força motivadora no desenvolvimento do protagonismo e de demais competências técnicas e comportamentais. **Revista Multidisciplinar**, v. 5, n. 1, p. 163–180, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.23882/rmd.23124>. Acesso em: 2 maio 2025.

CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 4, p. 124-143, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11112/7907>. Acesso em: 2 jun. 2025.

CARVALHO, Regiane Meira de; SANTOS, Edemilson Donizete dos. Empreendedorismo nas políticas educacionais e nas escolas. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades**, v. 7, n. 1, p. 1–18, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.63595/reis.v7i1.15829>. Acesso em: 2 maio 2025.

CASAQUI, Vander; DORETTO, Juliana. A produção da juventude empreendedora na mídia de negócios: discurso, cultura empreendedora e inspiração. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 45, e2022117, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-58442022117pt>. Acesso em: 2 maio 2025.

COSTA, Alan Farias; ARAGÃO, Iracema Machado de. Movimento jovem empreendedor e sua relação com a inovação e propriedade intelectual. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação – RENI**, v. 7, n. 1, p. 76–104, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.36942/reni.v7i1.523>. Acesso em: 2 maio 2025.

COSTA, Henrique; IAMAMOTO, Sue A. S. Jovens empreendedores e utopias periféricas na zona sul de São Paulo. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, São Paulo, v. 27, n. 1, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.22296/2317-1529.rbeur.202508pt>. Acesso em: 2 maio 2025.

CRUZ, Breno de Paula Andrade. Abre a porta do bar e deixe as “Mina Gerenciar”. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 183–213, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.13058/raep.2020.v21n2.1566>. Acesso em: 2 maio 2025.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

EXAME. Jovens brasileiros apostam no empreendedorismo como forma de liberdade e propósito. *Revista Exame*, 2024. Disponível em: <https://exame.com/negocios/numero-de-jovens-empresendedores-cresce-e-remuneracao-bate-recorde/>. Acesso em: 22 abr 2025.

FAVERO, Marcela Bortotti et al. Empreendedorismo e ensino superior: análise do perfil empreendedor de alunos de um centro universitário. *Gestão, Inovação e Empreendedorismo*, v. 7, n. 1, p. 118-130, 2024. Disponível em: <http://ojs.faculademetropolitana.edu.br/index.php/revista-gestao-inovacao/article/view/124>. Acesso em: 02 jun. 2025.

FERNANDES, Wesley de Alencar; GUIMARÃES, Jairo de Carvalho. E-commerce: dificuldades e desafios do jovem para a criação de um negócio. Encontro Internacional de Gestão, *Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)*, v. 7, n. 1, p. 1–15, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/20716>. Acesso em: 2 maio 2025.

GUEDES, Daniel; JORCELINO, Tallyrand; DE FRANCA, Diana; CARVALHO, Sônia. (Re)leitura de comportamentos empreendedores experimentados por universitários participantes de hackathon na perspectiva do metamodelo de Filion. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, v. 9, n. 1, p. 190–216, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.29327/237867.9.1-1>. Acesso em: 2 maio 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua: características gerais dos donos de negócio no Brasil, 2012-2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 22 abr. 2025.

KUPCZIK, F. M. A., & SILVA, F. S. S. da. (2024). Educação empreendedora e práticas de sustentabilidade ambiental e ecológica na Escola Municipal Vila torres - Curitiba - PR - em parceria com o programa jovens empreendedores primeiros passos - SEBRAE. SALA 8: *Revista Internacional em Políticas, Currículo, Práticas E Gestão Da Educação*, 1(6). Disponível em: <https://periodicos.upe.br/index.php/revistasalaoito/article/view/780>. Acesso em: 2 maio 2025.

LIMA, Jociene Araujo; TEIXEIRA, Janaira Fernandes; SANTOS, José Deribaldo Gomes dos. O Programa Jovens Empreendedoras Primeiros Passos (JEPP) e o fomento à mentalidade empreendedora nas escolas. *Revista Teias, Rio de Janeiro*, v. 25, n. 77, p. 414–427, abr./jun. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/teias.2024.80298>. Acesso em: 2 maio 2025.

LÜDKE, F. E.; BUGS, J. C. Jovens empreendedores e as dificuldades encontradas na gestão das suas empresas. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica – RAEE*, v. 13, n. 1, 2025. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/524>. Acesso em: 2 jun. 2025.

NUNES, G. O.; LANDIM, M. J. R. B. Empreendedorismo Juvenil: Estratégias, oportunidades e impacto no cenário global de inovação e desenvolvimento econômico. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 12, p. 1-12, 2024. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/47602>. Acesso em: 2 jun. 2025.

PINHEIRO, Amanda; OLIVEIRA, Danielle Antunes de. Produção de conteúdo no Instagram como estratégia da marca pessoal dos empreendedores digitais em relações públicas.

Cadernos de Comunicação, v. 27, n. 1, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2316882X70989>. Acesso em: 2 maio 2025.

REDES. Por que o empreendedorismo entre os jovens cresce no Brasil?. **Exame**, São Paulo, 12 jan. 2024. Economia e Negócios. Disponível em: <https://exame.com/negocios/por-que-o-empendedorismo-entre-os-jovens-cresce-no-brasil/>. Acesso em: 22 abr. 2025.

RIBEIRO, Tomayka Mendonça; TEIXEIRA, Rivanda Meira. A criação de negócios por empreendedores jovens: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 72–100, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.14211/regepe.v1i1.15>. Acesso em: 2 maio 2025.

SANTOS, Ilzanete Teles dos. Empoderamento e empreendedorismo feminino: um estudo multicaso com as jovens empreendedoras de Salvador. **Revista Formadores**, v. 13, n. 3, p. 6–26, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.25194/rf.v13i3.1418>. Acesso em: 2 maio 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Relatório Técnico - Empreendedorismo Jovem - 4º Trimestre de 2023 da PNAD Contínua. Brasília: **SEBRAE**, 2024. 86 p. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/impulsiona/o-empendedorismo-jovem-no-brasil-desafios-e-perspectivas/>. Acesso em: 22 abr. 2025.

SILVA, Gabriel Henrique da; SANTOS, Rejane Heloise dos. Empreendedorismo jovem e barbearias em Paranavá – PR. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 7, n. 4, p. 125–156, jul./ago. 2022. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/609/0>. Acesso em: 2 maio 2025.

SILVA, João; PEREIRA, Maria; OLIVEIRA, Carlos. Empreendedorismo jovem no Brasil: desafios e oportunidades. **Brazilian Journal of Business**, v. 7, n. 1, p. 55–70, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.34140/bjbv7n1-055>. Acesso em: 2 maio 2025.

SOUZA. Geração Z e o novo perfil do empreendedor brasileiro: propósito, flexibilidade e inovação. **Exame**, São Paulo, 5 dez. 2023. Disponível em: <https://exame.com/negocios/geracao-z-novo-perfil-do-empendedor/>. Acesso em: 22 abr. 2025.

SOUZA, Júnior Oliveira de; MENESES, Giovana Pereira de; SILVA, Paulo José da. Empreendedorismo juvenil no Brasil: desafios e perspectivas para a construção de uma cultura empreendedora. **Organizações e Estratégias**, v. 22, n. 10, p. 1-15, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.55905/oelv22n10-053>. Acesso em: 2 mai. 2025.

TAVARES, W.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo juvenil: traçando o perfil, descobrindo motivações, dificuldades e desafios de jovens empreendedores. **International Journal of Scientific Management and Tourism**, v. 9, n. 6, p. 3489-3508, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.55905/ijsmtv9n6-014>. Acesso em: 27 abr. 2025.

TORRACO, R. J. Writing integrative literature reviews: Using the past and present to explore the future. **Human resource development review**, v. 15, n. 4, p. 404-428, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1534484316671606>. Acesso em: 27 abr. 2025.

VIEIRA, D. A.; CORNÉLIO, E. A.; CAVALCANTI, M. C. S.; CORRÊA, R. O. O

autoempreendedorismo num contexto de precarização do trabalho: uma análise dos fatores que influenciam os jovens a atuar na informalidade. **Revista Gestão & Conexões**, v. 13, n. 3, p. 42847, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/ppgadm/article/view/42847>.

Acesso em: 27 abr. 2025.