



UNIVERSIDADE FEDERAL
DO DELTA DO PARNAÍBA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA – UFDPAr
CAMPUS MINISTRO REIS VELLOSO - CMRV
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA
BACHARELADO EM PSICOLOGIA – FORMAÇÃO DE PSICÓLOGO

**DESAFIOS E MOTIVAÇÕES DO PSICÓLOGO EMPREENDEDOR NA
CIDADE DE PARNAÍBA-PI**

CAROLINA DOS SANTOS SOUSA

Parnaíba – PI

2024

Carolina dos Santos Sousa

**DESAFIOS E MOTIVAÇÕES DO PSICÓLOGO EMPREENDEDOR NA
CIDADE DE PARNAÍBA-PI**

Projeto de pesquisa apresentado à coordenação do curso de Bacharelado em Psicologia da Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDPAr, como requisito parcial para aprovação do Trabalho de Conclusão de CursoII.

Orientanda: Carolina dos Santos Sousa

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Neves Couto

Parnaíba – PI

2024

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Delta do Parnaíba

S725d Sousa, Carolina dos Santos

Desafios e motivações do psicólogo empreendedor na cidade de Parnaíba-PI. [recurso eletrônico] / Carolina dos Santos Sousa. – 2024.

TCC (Bacharelado em Psicologia) – Universidade Federal do Delta do Parnaíba, 2024.

Orientação: Prof. Dr. Ricardo Neves Couto.

1. Psicologia. 2. Empreendedorismo. 3. Intenção Empreendedora. 4. Parnaíba – PI. I. Título.

CDD: 150

Resumo

O artigo aborda o Empreendedorismo em Psicologia, considerando sua relevância atual e os impactos no desenvolvimento econômico e social. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa para identificar os fatores que influenciam a intenção empreendedora entre psicólogas(os) na região litorânea do Piauí. Foi aplicado um questionário online a 28 profissionais atuantes, considerando desafios e oportunidades. Os resultados foram analisados por meio de análise de conteúdo temática, resultando em doze categorias. Dentre os principais achados, destaca-se a necessidade de atualização dos currículos de graduação em Psicologia conforme as demandas contextuais e locais. A dificuldade dos profissionais em encontrar apoio durante a jornada empreendedora, sendo o mercado digital apontado como principal oportunidade. A pesquisa oferecerá dados importantes para a formulação de estratégias educacionais e políticas de apoio, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico da região. Além disso, abre portas para futuras investigações e avanço teórico-empírico sobre o tema.

Palavras-chave: Psicologia, Empreendedorismo, Intenção empreendedora.

Sumário

1 .Introdução.....	1
2 .Referencial Teórico.....	5
2.1 O Empreendedorismo.....	5
2.2 A Importância do Empreendedorismo no Brasil.....	7
2.3 Os Estudos da Psicologia sobre Empreendedorismo.....	8
2.4 O Empreender na Psicologia.....	9
3. Método.....	12
3.1 Participantes.....	12
3.2 Instrumentos.....	13
3.3 Procedimentos.....	14
3.4 Análise de Dados.....	15
4 . Resultados.....	15
5. Discussão.....	21
6 . Referências.....	31
7. Anexos.....	35

1. Introdução

O conceito de empreendedorismo abrange diversas perspectivas, variando conforme a análise ou o contexto ao qual é atribuído. Independente disso é um fenômeno multifacetado e dinâmico que desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social das nações (Hisrich, Peters e Shepherd, 2014). Trata-se de um processo contínuo e complexo que envolve a identificação de oportunidades, a criação de valor e a busca por soluções inovadoras para atender às necessidades do mercado, e conseqüentemente movimentar a economia (Dornelas, 2023).

Embora comumente esteja relacionado à criação de empresas, conforme várias concepções, somente a posse e gestão de uma empresa não são sempre uma condição indispensável para se rotular alguém como empreendedor (Ferreira, 2015). A atividade empreendedora também engloba a capacidade de inovação, identificação de oportunidades e ação proativa em diferentes contextos, incluindo empresas existentes e organizações sem fins lucrativos (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2021).

Essa diversidade de contextos nos quais o empreendedor pode estar envolvido levou à classificação dos principais tipos de empreendedores: cooperativos, franquizados, públicos, corporativos, sociais, empreendedores de negócios próprios e empreendedores informais. Cada categoria possui características e motivações específicas, o que reflete uma ampla gama de abordagens dentro do cenário empreendedor (Dornelas, 2023).

De acordo com os dados mais recentes do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2022, o Brasil destaca-se como um dos países com maiores taxas de empreendedorismo do mundo, com aproximadamente 30% da população adulta envolvida em alguma forma de atividade empreendedora. Após a pandemia, o estudo mostrou que impressionantes 51,5 milhões de brasileiros manifestaram a intenção de iniciar uma atividade empreendedora em um

futuro próximo, a maioria motivados pela falta de oportunidades de emprego.

Nessa análise sobre o empreendedorismo, destacam-se duas perspectivas: empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade. O primeiro surge como uma resposta a desafios devido a circunstâncias desfavoráveis, como a falta de empregos tradicionais ou instabilidade econômica, levando as pessoas a iniciar seus empreendimentos próprios para garantir seu sustento. Apesar de resultar de condições adversas, o empreendedorismo por necessidade pode empoderar economicamente aqueles com acesso limitado a oportunidades formais de emprego (Bandeira & Silva, 2023).

Já o empreendedorismo por oportunidade surge quando os indivíduos identificam e aproveitam ideias e lacunas no mercado que prometem potencial de crescimento e sucesso. Diferentemente do empreendedorismo por necessidade, que muitas vezes é uma reação a desafios econômicos, o empreendedorismo por oportunidade envolve a exploração proativa de áreas nas quais o indivíduo enxerga espaço para inovação e desenvolvimento (Bandeira & Silva, 2023).

Os empreendedores por oportunidade estão atentos às tendências do mercado, demandas emergentes e possíveis nichos de mercado que podem ser explorados. Eles estão dispostos a assumir riscos calculados para transformar suas visões em empreendimentos bem-sucedidos. Este tipo de empreendedorismo é impulsionado por uma mentalidade voltada para o futuro, onde indivíduos buscam criar valor, alavancando suas habilidades, recursos e criatividade para preencher lacunas no mercado e atender às necessidades não atendidas dos consumidores (Bandeira & Silva, 2023).

Outro conceito fundamental é a intenção empreendedora, que diz respeito ao desejo e à disposição de um indivíduo em se envolver em atividades empreendedoras. Mais que uma mera consideração momentânea de iniciar um negócio, a intenção empreendedora implica em uma atitude persistente e orientada para a ação na criação e gestão de empreendimentos (Bandeira

& Silva, 2023). É um motor que impulsiona as pessoas a explorar oportunidades, a inovar e enfrentar os desafios ligados ao empreendedorismo. Além de refletir a propensão de alguém a se tornar empreendedor, a intenção empreendedora também é um indicador essencial do potencial empreendedor de uma sociedade (Junior et al., 2023).

Essa intenção não é apenas um estado mental, mas um componente crítico do processo empreendedor. Ela envolve fatores psicológicos, contextuais e psicológicos que moldam a mentalidade e as ações dos aspirantes a empreendedores. Aqueles com uma alta intenção empreendedora apresentam traços de personalidade como proatividade, autoconfiança e disposição para assumir riscos calculados. Além disso, eles também demonstram a habilidade de identificar oportunidades, desenvolver ideias inovadoras e se adaptar a ambientes em constante mudança (Junior et al., 2023).

O empreendedorismo tem se expandido de forma significativa em diversos setores da economia, indo além das áreas tradicionais, e a Psicologia é uma dessas áreas que têm sido impactadas por esse movimento. Atualmente, a Psicologia conta com mais de 400.000 mil profissionais registrados no Brasil, segundo o Conselho Federal de Psicologia (2022) e 995 cursos de graduação, estimando-se um total de 10 mil profissionais formados por ano (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, 2022).

Nesse sentido, as áreas de atuação dos psicólogos abrangem um amplo espectro de serviços. Na esfera da psicologia clínica, os profissionais oferecem atendimento individual e terapias especializadas para tratar uma variedade de questões. Em consultorias de recursos humanos, os psicólogos utilizam sua expertise para desenvolver programas de treinamento, avaliação de desempenho e estratégias de desenvolvimento de liderança. Essa quantidade expressiva de psicólogos reflete a importância e o testemunho dessa profissão na sociedade brasileira, e evidencia o potencial empreendedor dentro do campo da Psicologia. Empreender na Psicologia permite que os profissionais explorem novas oportunidades de negócios e

alcancem públicos mais amplos, proporcionando maior acessibilidade aos serviços psicológicos.

Além disso, o empreendedorismo na Psicologia também é impulsionado pela necessidade de adaptação às transformações do mercado de trabalho. Os psicólogos empreendedores buscam desenvolver diferenciais competitivos e criar seus próprios espaços de atuação, a fim de se destacarem no mercado (Ferreira, 2021). Com a crescente concorrência e a demanda por serviços especializados, essa busca por diferenciação se torna crucial.

Dessa forma, ao empreender, os psicólogos têm a oportunidade de definir suas próprias estratégias de trabalho, estabelecer seus horários e decidir quais serviços deseja oferecer. No entanto, essa empreitada apresenta diversos desafios. As psicólogas empreendedoras precisam desenvolver conhecimentos em áreas como marketing, finanças, planejamento estratégico e gestão de recursos humanos, a fim de garantir o sucesso e a sustentabilidade de seus negócios (Costa, Duarte & Ferreira, 2021). Um dos principais desafios é a necessidade de equilibrar as habilidades clínicas com as competências de gestão.

Diante desse elevado índice de surgimento de novos empreendedores a cada ano, com impactos diretos no futuro dos envolvidos, essa pesquisa reveste-se de grande relevância. Ao se propor colaborar para um maior conhecimento sobre: Quais são os fatores que influenciam a intenção de empreender entre as psicólogas (os) da planície litorânea do Piauí? Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo conhecer os fatores que influenciam a intenção de empreender entre as psicólogas(os) da planície litorânea do Piauí. Ao lançar luz sobre as motivações, desafios e incentivos que permeiam a decisão de ingressar no empreendedorismo nesse contexto específico, esta pesquisa contribuirá de maneira significativa para o conhecimento na área da Psicologia e empreendedorismo. Além disso, ao identificar tais fatores, o estudo tem o potencial de fornecer subsídios para o desenvolvimento de estratégias e políticas direcionadas à capacitação e apoio desses profissionais que optam por empreender.

2. Referencial Teórico

2.1 O Empreendedorismo

O empreendedorismo tem raízes profundas na história da humanidade. Desde os primórdios das civilizações, indivíduos demonstraram características empreendedoras ao identificar necessidades e buscar soluções criativas para supri-las. No entanto, foi a partir do século XVIII, durante a Revolução Industrial, que o empreendedorismo ganhou destaque. O surgimento de máquinas e o desenvolvimento de novas tecnologias impulsionaram o crescimento do setor industrial e criaram um ambiente propício para a manifestação do espírito empreendedor (Garcia & Andrade, 2022).

O empreendedorismo é um processo que se inicia com o reconhecimento de uma oportunidade empreendedora. Em seguida, ocorre o desenvolvimento de uma ideia sobre como aproveitar essa oportunidade, avaliar sua viabilidade e criar o produto ou serviço a ser oferecido aos clientes. Além disso, é necessário reunir recursos humanos e financeiros, estabelecer um modelo organizacional e buscar clientes (Oliveira et al., 2022).

O empreendedorismo envolve a consideração de diversos aspectos importantes, como condições econômicas, promoção, financiamento e até mesmo incentivos governamentais disponíveis (Júnior, 2019). No entanto, nenhum desses fatores pode ser responsabilizado isoladamente pela criação de um novo empreendimento. Para realizar essa tarefa, é necessário um indivíduo em particular, ou seja, um empreendedor (Martarello & Ferro, 2022).

A primeira definição de empreendedorismo, proposta por Richard Cantillon no século XVIII, descreve o empreendedor como alguém que assume riscos ao aproveitar oportunidades buscando lucros. Isso envolvia comprar recursos a um preço para vendê-los posteriormente a um preço desconhecido, principalmente em transações agrícolas, onde o empreendedor processava matérias-primas para futura venda (Cunha et al., 2022).

Hermann (2022) destaca a importância das expedições comerciais, como as de Marco Polo, no contexto histórico do empreendedorismo. Nesses empreendimentos comerciais, os empreendedores atuavam como intermediários, facilitando a conexão entre diferentes regiões e culturas por meio do comércio. A função de intermediação exercida pelos empreendedores no contexto das expedições comerciais cria um elo essencial, que se distingue da função exercida pelos investidores.

Ao compreender as raízes históricas e as bases conceituais do empreendedorismo, torna-se possível analisar sua conversão no contexto econômico atual, nesse sentido o conceito contemporâneo considera o empreendedor como alguém que desenvolve novas combinações (inovação) a partir dos recursos de produção já existentes, resultando em progresso econômico que afirma que o empreendedor vê a mudança como algo normal e benéfico e, embora não a provoque, reage a ela e é capaz de explorá-la como uma oportunidade (Carvalho & Mariano, 2022).

Seguindo uma linha semelhante, Dornelas (2023) também considera o empreendedorismo como um processo sequencial, composto por uma série de eventos ou atividades. Esse processo se inicia com a concepção de uma ideia para algo novo, geralmente um produto ou serviço, e culmina na sua introdução no mercado por meio do estabelecimento de um novo empreendimento. Essa visão do empreendedorismo como processo enfatiza a importância de gerar valor por meio da ideia empreendedora. Dessa forma, se a ideia não resultar na criação de valor tangível ou intangível para os clientes e demais partes interessadas, o processo não pode ser considerado como verdadeiro empreendedorismo (Lopes et al., 2019). É importante ressaltar que o empreendedorismo não se limita à criação de um negócio.

Envolve a criação de algo novo e valioso, e não está necessariamente ligado à formação de novas organizações. No contexto brasileiro, o empreendedorismo também possui uma história marcante. Ao longo dos séculos, o Brasil passou por diferentes períodos econômicos,

desde a economia agrícola até a industrialização e a atual economia baseada em serviços e tecnologia. Cada fase trouxe desafios e oportunidades específicas para os empreendedores, que se adaptaram às mudanças e contribuíram para o desenvolvimento do país (Ferraz & Ferraz, 2022).

Nesse sentido, o empreendedorismo pode ser entendido como uma mentalidade e um conjunto de competências que vão além da abertura de um negócio. Os empreendedores são pessoas visionárias, criativas, proativas e persistentes, que buscam constantemente oportunidades e estão dispostas a correr riscos calculados para alcançar seus objetivos. Eles são agentes de mudança e desenvolvimento econômico, capazes de transformar ideias em ações concretas (Kai, 2022).

Além disso, o empreendedorismo é influenciado por diversos fatores culturais e sociais, normas, valores e crenças de uma determinada sociedade podem afetar a percepção e a aceitação do empreendedorismo. O apoio da comunidade, a existência de redes de contatos, o acesso a recursos financeiros e a disponibilidade de suporte institucional são elementos que impactam o desenvolvimento do empreendedorismo em um determinado local (Dornelas, 2023).

2.2 A Importância do Empreendedorismo no Brasil

Tendo isso em vista, Silva et al. (2022) destacaram a importância do fomento do empreendedorismo no Brasil em seu estudo. Segundo os autores, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social do país. Ao promover a criação de novos negócios, produtos e serviços, os empreendedores geram empregos, estimulam a inovação e contribuem para o crescimento sustentável. Além disso, o empreendedorismo impulsiona a competitividade, a eficiência e a produtividade, fortalecendo a economia como um todo.

Assim sendo ressalta-se a necessidade de políticas públicas e programas de apoio que

incentivem e capacitem empreendedores brasileiros. Investimentos em educação empreendedora, acesso a financiamentos e recursos, além de incentivos fiscais e jurídicos, são aspectos fundamentais para estimular o empreendedorismo no país. Além disso, a promoção de uma cultura empreendedora desde a educação básica até o ensino superior é essencial para despertar o espírito empreendedor nos indivíduos e prepará-los para os desafios do mundo dos negócios (Martins,2022).

Os resultados positivos do fomento do empreendedorismo são evidentes. Além de contribuir para a geração de empregos e o fortalecimento da economia, o empreendedorismo promove a inclusão social, reduzindo desigualdades e proporcionando oportunidades para diferentes grupos sociais, como mulheres, jovens e minorias. O empreendedorismo também impulsiona a inovação e o desenvolvimento de tecnologias, posicionando o Brasil como um protagonista no cenário mundial (Global Entrepreneurship Monitor, 2020).

Diante disso, é evidente a importância do fomento do empreendedorismo como estratégia fundamental para impulsionar o crescimento econômico e social do Brasil. A implementação de políticas e programas eficazes, aliada a um ambiente favorável aos negócios, é crucial para incentivar o surgimento e o crescimento de empreendimentos inovadores, capazes de gerar impacto positivo na sociedade e contribuir para a construção de um futuro próspero e sustentável (Silva & Costa, 2021).

2.3 Os Estudos da Psicologia sobre Empreendedorismo

Nesse contexto, a apropriação da temática do empreendedorismo na Psicologia tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores. Pesquisas têm explorado as características psicológicas, competências e habilidades que os psicólogos empreendedores desenvolvem para enfrentar os desafios do empreendimento. Esses estudos contribuem para compreender os fatores motivacionais que levam os psicólogos a se engajarem no empreendedorismo e a buscar sucesso em suas práticas (Vasconcelos, Amorim, Casali, 2019).

Marcondes (2022) destaca a importância da psicologia no empreendedorismo e nas organizações. A psicologia do trabalho empreendedor visa compreender como fatores individuais, cognitivos e emocionais afetam o desempenho e o sucesso dos empreendedores, explorando traços de personalidade, habilidades cognitivas, motivações e valores que influenciam o comportamento empreendedor, contribuindo para a seleção e desenvolvimento de empreendedores com maior potencial de sucesso.

No artigo de Ferreira (2021), são exploradas as relações entre psicologia e empreendedorismo. A psicologia desempenha um papel fundamental ao estudar os aspectos psicológicos envolvidos no empreendedorismo, compreendendo características individuais, motivações e habilidades dos empreendedores. Isso contribui para o desenvolvimento de competências essenciais ao sucesso nessa área. Dessa forma ressalta a importância de uma abordagem interdisciplinar no ensino do empreendedorismo, integrando disciplinas específicas e da psicologia.

Nesse ínterim as diretrizes nacionais curriculares também influenciam na criação de ambientes acadêmicos propícios ao empreendedorismo. Elas encorajam as universidades a promoverem ações como incubadoras de empresas, programas de mentoria e parcerias com o setor empresarial. Essas iniciativas proporcionam aos estudantes empreendedores a oportunidade de desenvolver projetos, interagir com o mercado e adquirir experiência prática. Além disso, promovem a interação entre estudantes, professores e profissionais do mercado, estimulando uma cultura empreendedora e fomentando a criatividade, a inovação e o espírito empreendedor (Schaefer & Minello, 2020).

2.4 O Empreender na Psicologia

A emergência do empreendedorismo no âmbito da Psicologia pode ser atribuída a diversas razões. Primeiramente, o campo da Psicologia tem passado por mudanças significativas nas últimas décadas, com uma maior valorização da prática empreendedora

(Vasconcelos & Marcondes, 2019). A profissão de psicólogo tem se expandido para além das tradicionais clínicas e instituições de saúde, permitindo que os profissionais explorem novas oportunidades de negócio e atendam a demandas específicas da população (Ferreira, 2021).

Além disso, o empreendedorismo na Psicologia também é impulsionado pela necessidade de adaptação às transformações do mercado de trabalho. Com a crescente concorrência e a demanda por serviços especializados, os psicólogos empreendedores buscam desenvolver diferenciais competitivos e criar seus próprios espaços de atuação, a fim de se destacarem no mercado (Lima et al., 2020).

O empreendedorismo na Psicologia permite que os profissionais tenham maior autonomia e flexibilidade em sua prática (Vasconcelo et al., 2019). Ao empreender, as(os) psicólogas (os) têm a oportunidade de definir suas próprias estratégias de trabalho, estabelecer seus horários e decidir quais serviços deseja oferecer. Essa liberdade profissional pode gerar satisfação pessoal e profissional, além de possibilitar a construção de uma carreira mais alinhada com os valores e interesses individuais (Silva & Campos, 2021).

Porém, é importante ressaltar que o empreendedorismo na Psicologia também apresenta desafios significativos. Dentre eles, destacam-se a necessidade de desenvolver habilidades de gestão e administração, lidar com a incerteza do mercado e enfrentar a concorrência. Além disso, a busca por clientes e a construção de uma rede de contatos são aspectos essenciais para o sucesso do empreendimento (Costa et al., 2021).

Empreender na psicologia clínica envolve a criação e gestão de um negócio próprio voltado para a prestação de serviços de saúde mental. As psicólogas (os) empreendedoras (es) nesta área assumem o papel de gestoras (es) de suas práticas, buscando a sustentabilidade financeira e a excelência na qualidade dos serviços oferecidos. A ênfase na psicologia clínica como nicho de atuação refere-se ao foco no atendimento terapêutico individual, familiar ou em grupo (Ésther, 2019).

No entanto, a empreitada de empreender na psicologia clínica apresenta diversos desafios. Um dos principais desafios é a necessidade de equilibrar as habilidades clínicas com as competências de gestão. As psicólogas(os) empreendedoras (es) precisam desenvolver conhecimentos em áreas como marketing, finanças, planejamento estratégico e gestão de recursos humanos, a fim de garantir o sucesso e a sustentabilidade de seus negócios. Esses profissionais precisam buscar formações específicas, pois durante a graduação esses conteúdos são uma lacuna.

Outro desafio significativo é a concorrência no mercado da psicologia clínica. Com o aumento do número de profissionais formados e a ampliação do acesso à informação, é fundamental que as psicólogas(os) empreendedoras(es) identifiquem formas de diferenciar-se e destacar-se dos demais. Isso pode ser alcançado por meio do desenvolvimento de uma identidade profissional sólida, da oferta de serviços especializados, da criação de uma marca pessoal e da construção de relacionamentos de confiança com os clientes (Costa et al., 2021).

A delimitação de um nicho de atuação é um aspecto fundamental para o sucesso do empreendimento na psicologia clínica. Ao escolher um público-alvo específico, como crianças, adolescentes, adultos, idosos ou grupos específicos, como vítimas de violência doméstica ou portadores de transtornos mentais, as psicólogas(os) empreendedoras(es) podem concentrar seus esforços em conhecer profundamente as necessidades e demandas desse público, aprimorando suas intervenções terapêuticas e fortalecendo sua reputação no mercado (Costa et al., 2021).

De acordo com dados do IBGE (2020), o estado do Piauí mostrou um aumento na formalização de empresas, bem como no número de Microempreendedores Individuais (MEIs) em setores diversos, como comércio, serviços e indústria. De modo que, observou-se o exponencial crescimento na área dos serviços como a psicologia, com a maior entrada de profissionais no mercado, passou a ter o número maior de empreendedores dessa área em

clínicas. Além das clínicas, estes dividem-se na psicologia organizacional e do trabalho prestando consultoria em gestão de recursos humanos, desenvolvimento de liderança e treinamento de equipes.

Portanto, com base nos dados disponíveis até setembro de 2021, é possível observar uma interação crescente entre o campo da psicologia e o empreendedorismo no Piauí, contribuindo para o desenvolvimento econômico e o bem-estar psicológico na região.

3.Método

O presente estudo se enquadra na abordagem qualitativa de pesquisa, uma vez que envolve uma interação entre os participantes e o pesquisador. Nessa perspectiva, o foco é explorar e compreender a complexidade dos fenômenos sociais e humanos através da análise interpretativa e contextualizada dos dados coletados, privilegiando a riqueza das narrativas e a profundidade das perspectivas dos participantes (Minayo, 2012).

3.1 Participantes

A seleção dos participantes para este estudo foi conduzida por meio de uma abordagem de amostragem por conveniência (não-probabilística). A amostra consistiu de psicólogos situados na planície litorânea do Piauí ¹, os quais atenderam aos critérios de inclusão estabelecidos. Os participantes que foram considerados para a inclusão atenderam aos seguintes critérios:

- a) Possuir um cadastro ativo no órgão regulador da profissão, garantindo que os participantes sejam profissionais devidamente registrados e atuantes na área da Psicologia.
- b) Experiência profissional mínima: Além do requisito de cadastro ativo no órgão regulador, será considerada a exigência de que os participantes tenham acumulado um mínimo de 1 ano de experiência profissional como psicólogos(os). Isso visa assegurar que os participantes possuam um conhecimento sólido e uma vivência relevante na área, permitindo contribuições significativas para a investigação sobre os fatores que influenciam a intenção

empreendedora.

A escolha pela amostragem por conveniência se justifica pelo acesso mais facilitado aos participantes que atendem aos critérios estabelecidos, tornando o processo de coleta de dados mais viável e eficiente. Embora essa abordagem não-probabilística possa apresentar limitações em termos de representatividade, ela é apropriada para este estudo exploratório, considerando que o objetivo é explorar fatores específicos dentro de um contexto geográfico.

Dessa forma, essa pesquisa contou com uma amostra de 28 psicólogas(os) oriundas da cidade de Parnaíba-PI e região, com média de idade de 25,84 anos ($DP = 3,45$), variando de 24 até 43 anos. A maioria do sexo feminino (62,5%) e estado civil solteiro (62,5%). Quanto à formação, a maioria (53,1%) possui somente graduação e 72% formaram-se em instituições públicas. A grande maioria (78,1%) afirmou não possuir na grade curricular uma disciplina de empreendedorismo e não buscou por fora fazer cursos e capacitações na área.

3.2 Instrumentos

A coleta de dados foi realizada através de um inquérito por questionário do tipo aberto e online criado por meio da plataforma *Google forms*, nele contém duas seções, uma para registro de dados sociodemográficos e a seguinte com 12 perguntas abertas sobre a trajetória pessoal e profissional dos participantes, com duração média de 20 minutos. As perguntas abertas permitiram a exploração aprofundada dos fatores que influenciam a intenção de empreender entre as(os) psicólogas(os) da planície litorânea. Dessa forma proporcionar flexibilidade para abordar questões emergentes e compreender os contextos individuais dos participantes.

A estruturação do questionário foi elaborada a partir dos objetivos do estudo e dos tópicos definidos como relevantes para a investigação. As perguntas foram formuladas de maneira cuidadosa para explorar diversos aspectos relacionados à intenção empreendedora das(os) psicólogas(os) da planície litorânea do Piauí. Os tópicos orientadores para a construção

do roteiro incluem:

1. Incentivos para o empreendedorismo: Explorar quais fatores ou situações motivam os psicólogos a considerarem o empreendedorismo como uma opção. Dificuldades enfrentadas: Investigar os desafios e obstáculos que os psicólogos identificam como relevantes ao considerar a possibilidade de empreender e os nichos pretendidos.
2. Aspectos demográficos: Coletar informações básicas sobre a formação, experiência profissional e demografia dos participantes.

3.3 Procedimentos

Inicialmente o projeto foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, seguindo as normas da resolução do Conselho Nacional de Saúde 466/12 e 510/16. Após a aprovação pelo comitê, por meio do parecer consubstanciado favorável (CAAE:75838523.80000.0192), foi feito o recrutamento de psicólogas(os) da região através da técnica bola de neve, que basicamente propaga a informação entre as pessoas próximas. Após o primeiro contato feito de forma presencial ou pelas redes sociais (instagram, whatsapp, etc), conforme a disponibilidade do participante, foi convidado a participar da pesquisa através do envio de um link. Nesse momento, foram informadas do objetivo geral do estudo, o caráter voluntário, o anonimato das respostas e a possibilidade de desistir a qualquer momento, sem nenhum ônus para o participante. Considerando que toda pesquisa com seres humanos envolve riscos aos participantes, esclarecemos que poderiam surgir eventuais demandas psicológicas em decorrência das perguntas que poderiam remeter a acontecimentos já vivenciados pelos participantes e que poderiam levar a situações de estresse, ansiedade e/ou constrangimento. Foi solicitado que atestassem a participação através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, antes de responder o questionário, que de forma individual, foram necessários 20 minutos em média para sua conclusão. Ao aceitar participar dessa pesquisa contribui para a construção de

conhecimentos científicos sobre a temática pesquisada, fornecendo elementos para viabilização de novos aportes teóricos e práticas na área da Psicologia. Além disso, proporciona aos participantes a reflexão a respeito dos fatores que influenciam a intenção de empreender na região.

3.4 Análise dos dados

Para a análise dos dados coletados no questionário, empregou-se a técnica de Análise de Conteúdo (AC), seguindo a abordagem descrita por Silva (2023), nesse processo, o analista se dedica à exploração integral do conteúdo, buscando significados por meio da identificação de unidades relacionais entre os diversos conteúdos encontrados.

4. Resultados

Os resultados foram obtidos por meio de uma análise cuidadosa das respostas dos participantes, as quais foram subsequentemente categorizadas para uma melhor compreensão do tema em discussão. Para preservar o sigilo dos participantes, eles serão identificados como P1 a P28. A seguir, serão apresentadas as perguntas e as respostas dos participantes organizadas em categorias.

Categoria 1: A interseção entre empreendedorismo e psicologia: como a carreira de psicólogo(a) pode ser potencializada pelo empreendedorismo.

A maior parte dos entrevistados atrelaram a potencialidade da sua carreira ao marketing e a organização para gerir o negócio. Os resultados dessa categoria podem ser melhor observados pela resposta do entrevistado P26.

“Ser psicólogo autônomo exige uma maior atenção na publicidade do trabalho, de forma ética e delimitada ao público alvo. O empreendedorismo se relaciona no sentido de que é necessário manter toda a estrutura e organização de uma empresa para que a carreira na psicologia seja próspera. Ao passo que nos permite idealizar materiais e estratégias que

possam ser utilizados nas sessões para propiciar a qualidade do serviço”. (P26)

Categoria 2: Motivações pessoais e profissionais como impulsionadoras do empreendedorismo: uma análise na perspectiva de psicólogas (os).

Os entrevistados responderam sobre a necessidade de trabalhar de forma autônoma e buscar reconhecimento na profissão como resposta às motivações pessoais e profissionais. Esse resultado foi exemplificado com as respostas dos entrevistados P12 e P7.

“Empreender surgiu como uma necessidade ao decidir trabalhar de forma autônoma. Já a decisão de atuar autonomamente está relacionada, principalmente, à maiores possibilidade de crescimento financeiro, tendo em vista, por exemplo, aos abusos que clinicas exercem ao cobrarem altas taxas e percentuais dos lucros dos profissionais, ou ainda, a baixa remuneração daqueles que atuam através de planos de saúde.” (P12)

“Construir uma carreira sólida, o reconhecimento enquanto uma boa profissional. Possibilitar a prestação de serviço de qualidade, infelizmente existe ainda muito estigma em torno da nossa área, e por vezes, profissionais sem comprometimento endossam esses estigmas. Por isso, busco cada vez mais me aperfeiçoar e construir uma boa carreira.” (P7)

Categoria 3: O papel da formação em psicologia na jornada empreendedora.

Em relação à carreira no empreendedorismo, os entrevistados demonstraram descontentamento com o que foi aprendido, pois segundo eles o conteúdo ensinado pelas universidades não atende a realidade para a aplicação após a formação. Abaixo há as respostas dos entrevistados P13, P15 e P23.

“Entendo que não se relaciona positivamente. Durante a graduação eu não tinha visão de empreendedorismo ou contato com o assunto, seja na grade ou por interesse pessoal. A intenção surgiu mesmo por necessidade.” (P13) *“Justamente por não ter aprendido nada na graduação, a parte de empreender foi necessário pra poder se sobressair e conquistar meu espaço profissional.”* (P15)

“O processo de formação acadêmica não foi muito motivador no que tange ao empreendedorismo. Uma única professora, no estágio final do curso, trouxe a temática à discussão. Então, acredito que essa intenção partam mais especificamente de vivências e gostos pessoais para além da universidade ou da formação acadêmica.” (P23)

Categoria 4: Experiências profissionais prévias como ferramentas para superar desafios no empreendedorismo.

Os entrevistados responderam, em grande parte, que suas habilidades na área ajudaram para a construção da carreira, principalmente no que tange o empreendedorismo neste meio.

“Acredito que a psicologia nos proporcione um novo olhar sobre o sistema e as pessoas que estão neles, por esse motivo fica mais fácil de identificar o mercado e de alguma forma se vender nele.” (P2)

“Atualmente vejo minha prestação de serviço como psicólogo como empreendedorismo, logo tudo está diretamente ligado. Meu histórico, minha postura profissional, a forma que sou visto pelos meus paciência/ potenciais pacientes, tudo influencia nestes desafios de empreender.” (P5)

“Minha experiência profissional como psicólogo proporciona habilidades em comunicação, resolução de conflitos e compreensão das dinâmicas interpessoais.” (P11)

Categoria 5: Explorando o potencial empreendedor na planície litorânea do Piauí: fatores motivacionais e oportunidades para psicólogas(os).

Os entrevistados deram ênfase na importância nas melhorias da condição financeira da região e o quão relevante tem sido a evolução nesta área do Piauí, pois está modificando o estereótipo da área, tendo em vista a quantidade de alunos que buscam conhecimento até fora da região. Essa análise pode ser vista a partir das respostas dos entrevistados P9, P11 e P1.

“As melhorias das condições de vida na população, visto que um dos fatores que reduzem a quantidade de clientes nos serviços de psicologia são as questões financeiras. A

valorização profissional em si.” (P9)

“É uma cidade que está em crescente, as pessoas estão olhando a psicologia com bons olhos, o psicólogo deve investir no seu profissional, empreender dentro de sua profissão para captar pacientes.” (P11)

“A busca pela Psicologia vem se tornando muito mais aberta, quebrando certos estereótipos que eram muito enraizados a pouco tempo atrás. Outro estímulo parte do grande número de alunos dos cursos de Psicologia da cidade, que buscam formações e suporte teórico e prático fora da graduação para começar a investir neste cenário, sendo possíveis clientes para o empreendedorismo de profissionais que já estão atuando e possuem experiências para dividir e somar.” (P1)

Categoria 6: Desafios específicos enfrentados por psicólogos na planície litorânea ao iniciar um empreendimento na área.

As respostas foram variadas, os entrevistados destacaram as metas individuais, onde os profissionais não fazem muitas trocas entre si. Além disso, destacaram também os custos das locações e o barateamento dos planos de saúde com as consultas, o que aumenta ainda mais o desafio na área. Os entrevistados P10 e PJ18, exemplificam com suas respostas o que é enfrentado pelos psicólogos.

“Falando da minha área, Psicologia Clínica: O início é dificultado pela solidão que acompanha o trabalho do psicólogo clínico, por ser um tipo de trabalho em que cada um está buscando metas individuais, as trocas são quase que inexistentes. Então alguém que está começando se encontra no completo escuro, tendo que aprender na prática e arriscando recursos (muitas vezes já escassos) para entender como se dá o funcionamento prático da profissão.” (P10)

“Locações caras, planos de saúde que barateiam o nosso trabalho, falta de conhecimento da população sobre a importância do trabalho do psicólogo.” (P18)

Categoria 7: Habilidades e recursos essenciais para o sucesso como psicóloga(o) empreendedora(o) na região da planície litorânea do Piauí:

Os entrevistados destacaram a importância da comunicação para o sucesso da carreira como psicólogo. Abaixo há as respostas dos entrevistados P2, P12 e P21.

“Comunicação clara, acessibilidade, visibilidade e conhecimento de área para além do que trabalha.” (P2)

“Hoje o marketing digital é a grande ferramenta para qualquer profissional liberal, além, é claro, de se buscar oferecer, de fato, um bom serviço.” (P12)

“Ser comunicativo e não ter vergonha de fazer vídeos e lives, alimentar a página do Instagram e redes sociais para gerar tráfego orgânico. Fazer networking com outros profissionais. (atualmente o mais conhecido em Parnaíba são os com parceria com blogueira e páginas famosas que geram grande divulgação.” (P21)

Categoria 8: O empreendedorismo como caminho para a realização pessoal na carreira de psicóloga(o).

Os entrevistados destacaram que o empreendedorismo e a realização pessoal na carreira do psicólogo estão conectados. Os entrevistados P3, P5, P12 e P17 destacaram essa conexão com suas respostas. *“Diretamente ligadas. A buscar pelo empreendedorismo é investir na minha profissão para chegar na melhor versão do psicólogo que posso ser e isso me levará diretamente a realizações na carreira.” (P3)*

“É a principal ferramenta para a realização da pretensão pessoal de atuar na área da Psicologia clínica, com a qual tive experiências desde a graduação.” (P5)

“Eu vejo os dois conectados, acredito que não possa haver uma realização pessoal na carreira se não houver um movimento onde possamos identificar oportunidades e desenvolver ideias de crescimento profissional.” (P12)

“O empreender na psicologia, especialmente por atendimentos online, possibilitam um

crescimento mais acelerado na carreira. Isso faz com que os profissionais ascendam profissionalmente mais rápido, tendo reconhecimento e satisfação.” (P17)

Categoria 9: Oportunidades de mercado para psicóloga(os) empreendedores no litoral norte do Piauí.

Os entrevistados afirmaram que a oportunidade de mercado está relacionada ao atendimento on-line. Os entrevistados P6 e P21 foram utilizados para exemplificar.

“Atendimento on-line e uso das redes sociais associados a clínicas e/ou instituições conhecidas da população.” (P6)

“Psicologia é a profissão do futuro. O foco está em migrar para o digital, pois não precisa se restringir apenas em um estado.” (P21)

Categoria 10: Preparação para enfrentar obstáculos e riscos no cenário empreendedor: estratégias de psicóloga(os) empreendedoras(es) na região costeira do Piauí. Os entrevistados destacaram alguns pontos negativos diferentes enfrentados por eles, entre eles estão: A desvalorização da profissão e a dificuldade em conseguir conquistar a confiança do público. Os entrevistados P3, P4 e P20 fizeram suas afirmações sobre o assunto:

“A desvalorização monetária da profissão e a variação na procura pelos serviços que leva a inconstâncias no que tange o valor adquirido mensalmente.” (P3)

“A dificuldade em alcançar visibilidade, destaque e confiança da sociedade.” (P4)

“Podem ocorrer eventos negativos relacionadas ao “nome” do profissional, uma vez que os clientes podem ficar satisfeitos ou insatisfeitos. Também, inabilidades dos clientes em comunicar-se sobre horários, faltas, honorários, o que faz com que o profissional precise precaver-se muito bem em contrato profissional.” (P20)

Categoria 11: Influência dos aspectos culturais e sociais na intenção de empreender entre os psicóloga(os).

Os entrevistados apresentaram respostas parecidas no que tange os aspectos culturais e

sociais no empreendedorismo para os psicóloga(os), fortalecendo a visão positiva sobre essa forma de trabalho na área.

“Acredito que sim, tem crescido muito a ideia de "fazer os próprios horários", "ter liberdade geográfica e financeira", "possibilidade de crescimento profissional e pessoal", são discursos que ouço bastante, mas tem que ser avaliado a nível subjetivo por cada profissional.”
(P3)

“Com certeza. O baixo poder aquisitivo das pessoas interferem nos valores que os profissionais conseguem manter.” (P4) *“Sim, claramente. Você vai em cidades que estão em um nível de desenvolvimento maior em relação a Parnaíba, a visão dos profissionais sobre empreendedorismo estão bem mais avançados.”* (P23)

Categoria 12: Apoio e recursos para psicóloga(os) empreendedoras(es).

Sobre os apoios e recursos, os entrevistados destacaram cursos, pós-graduação e um primeiro contato em clínicas que trazem pacientes diretos. Abaixo há as respostas dos entrevistados P10, P14 e P23:

“Estudo continuado na sua área de formação pra desempenhar uma boa atuação, divulgação do seu trabalho como psicólogo para mostrar autoridade na sua área e se conectar com possíveis clientes e conhecer profissionais que já atuam na área para poder entender melhor as demandas locais e também serem indicados para possíveis clientes.” (P10)

“Já existem diversas pós-graduações que auxiliam na formação. Talvez fosse interessante a presença de eventos de integração profissional e empreendedorismo.” (P14)

“Se aprimorar através dos estudos, marketing digital e, se possível, ter um primeiro contato em clínicas que tragam pacientes direto.” (P23)

5.Discussão

O presente estudo possui limitações em relação ao número de respostas, tendo em vista

que alguns entrevistados não conseguiram responder e outros deram respostas mais curtas, o que não foi benéfico para a construção da discussão. No entanto, as respostas bem elaboradas foram aproveitadas para a compreensão de cada categoria e para a elaboração do conteúdo da discussão. Primeiramente, no que tange a primeira categoria, de acordo com os entrevistados, a decisão de atuar como psicólogo autônomo surge da necessidade de empreender, buscando maior controle sobre a estrutura e organização do trabalho. Nesse contexto, é essencial direcionar atenção à publicidade de forma ética e segmentada ao público-alvo.

O empreendedorismo exige a implementação de estratégias empresariais, permitindo a idealização de materiais e estratégias que aprimorem a qualidade dos serviços oferecidos. A profissão de psicólogo tem se expandido para além das tradicionais clínicas e instituições de saúde, permitindo que os profissionais explorem novas oportunidades de negócio e atendam a demandas específicas da população (Ferreira, 2021).

Além disso, na área de empreendedorismo social, os psicólogos contribuem para o desenvolvimento de projetos com impacto positivo na comunidade, aplicando suas habilidades para promover a inclusão e o bem-estar social (Silva et al., 2021).

Já no contexto da psicologia, as motivações pessoais e profissionais desempenham um papel importante no impulsionamento do empreendedorismo. Para muitos psicólogos, a busca por uma carreira sólida e o desejo de serem reconhecidos como profissionais de qualidade são forças poderosas que os levam a empreender.

No estudo de Silva e Veiga (2021), os entrevistados falaram sobre as dificuldades que encontraram quando optaram por trabalhar em empresas privadas na área da psicologia. Um dos entrevistados ressaltou: “Não sei se eu teria sucesso numa empresa como era no início, trabalhando oito horas por dia e tendo que fazer coisas que às vezes eu não concordava.” Outros reclamaram da qualidade de vida: “Eu não tinha qualidade de vida, enquanto trabalhava em uma empresa privada.” Outro entrevistado reclamou das limitações no âmbito intelectual: “A

gente, enquanto trabalha em uma empresa privada, é muito limitado... em seu desenvolvimento e nas ideias."

Dessa forma, observa-se que ao buscar constantemente o aperfeiçoamento e a excelência em sua prática, os psicólogos empreendedores não apenas atendem às suas próprias motivações pessoais, mas também contribuem para uma imagem mais positiva e respeitada da psicologia como um todo. Assim, ao investir em si mesmos e em suas carreiras, esses profissionais não apenas alcançam o sucesso individual, mas também fortalecem a profissão como um todo.

No que diz respeito à terceira categoria do estudo, a relação entre a formação em psicologia e a jornada empreendedora nem sempre é direta ou positiva. Muitos profissionais compartilham a experiência de uma graduação que não os preparou adequadamente para o empreendedorismo, seja pela falta de conteúdo relacionado na grade curricular ou pela ausência de estímulo por parte da instituição.

Para alguns entrevistados, a perspectiva empreendedora não é cultivada durante a graduação em Psicologia. O empreendedorismo nos cursos de graduação ainda está predominantemente vinculado às áreas de gestão (Bueno, 2017). A temática raramente é abordada, e o interesse pessoal por esse assunto também é limitado. A ideia de empreender surge como uma alternativa viável somente diante da necessidade de conquistar espaço profissional.

A falta de preparo durante a formação acadêmica pode ser uma forma de levar os profissionais a buscar caminhos alternativos para se destacar e progredir na carreira. A necessidade de empreender torna-se evidente como uma forma de superar as lacunas deixadas pela graduação e alcançar objetivos profissionais.

Sobre as experiências profissionais prévias, pode-se destacar que elas desempenham um papel fundamental no enfrentamento dos desafios do empreendedorismo de acordo com os

entrevistados, tendo em vista que a habilidade de enxergar além e compreender tanto o sistema, quanto as pessoas que dele fazem parte é uma vantagem significativa que a psicologia proporciona.

Ao aplicar esse olhar diferenciado, torna-se mais fácil identificar oportunidades no mercado e posicionar-se de forma assertiva. Para muitos profissionais, a prestação de serviços em psicologia é vista como uma forma de empreendedorismo. Nesse contexto, tudo está interligado: desde o histórico profissional até a postura no trabalho e a percepção que os pacientes têm do profissional.

Os entrevistados afirmaram que a experiência profissional como psicólogo proporciona habilidades em comunicação, resolução de conflitos e compreensão das dinâmicas interpessoais. Essas habilidades não apenas ajudam a superar os desafios do empreendedorismo, mas também contribuem para oferecer um serviço de qualidade e construir relacionamentos sólidos com os pacientes.

Sobre o cenário e a vida da população do Piauí, os entrevistados enfatizaram que as melhorias nas condições de vida da população são vistas como um fator motivador para os profissionais da psicologia na região. A redução das preocupações financeiras é apontada como um aspecto que pode aumentar a demanda por serviços psicológicos, enquanto a valorização profissional também é destacada como uma fonte de motivação.

Isso ocorre porque na medida em que a cidade está em crescimento, as pessoas estão começando a perceber a psicologia de forma mais positiva. Nesse contexto, os psicóloga(os) são incentivada(os) a investir em seu desenvolvimento profissional e a empreender dentro de sua área para atrair mais pacientes. Em vista disso, compreende-se que a busca pela psicologia está se tornando mais aberta, superando estereótipos que antes eram prevalentes. Além disso, o grande número de estudantes nos cursos de psicologia da cidade representa uma oportunidade para os profissionais estabelecidos, que podem oferecer formações e suporte teórico e prático

além da graduação. Esses alunos também se tornam potenciais clientes para os empreendedores que já estão atuando e têm experiência para compartilhar e agregar valor ao mercado local.

Mas é evidente que na área da Psicologia Clínica, o início de um empreendimento enfrenta desafios únicos, sendo um deles a solidão inerente ao trabalho clínico, pois o psicólogo muitas vezes se encontra trabalhando de forma isolada, já que cada um está buscando metas individuais, o que limita as oportunidades de troca e colaboração entre profissionais iniciantes e experientes. Isso pode deixar os novos empreendedores no escuro, tendo que aprender na prática e arriscando recursos escassos para entender o funcionamento prático da profissão. Essa dificuldade de troca foi vista por Dornelas (2023), como um impacto, pois segundo ele, o apoio da comunidade impacta o desenvolvimento do empreendedorismo em um determinado local.

Além disso, a falta de cursos e matrizes curriculares voltadas para o empreendedorismo na graduação em Psicologia dificulta ainda mais o processo de iniciar um empreendimento. Um maior entendimento dos conteúdos e práticas de gestão e empreendedorismo também pode capacitar a(o)s psicóloga(os) a planejar com mais precisão seus próprios ganhos, abordando as questões relacionadas à remuneração irregular e à estimativa de lucratividade associada ao planejamento empresarial, destacaram os autores (Cortez & Veiga, 2019).

A ausência de preparação específica nessa área pode deixar os psicóloga(os) despreparados para lidar com os aspectos práticos e administrativos de administrar um consultório ou clínica. Outros desafios apresentados pelos entrevistados incluem o alto custo de locação de espaços para consultório, bem como os planos de saúde que muitas vezes desvalorizam o trabalho dos psicólogos. Já no estudo de Silva & Veiga (2021), os desafios e dificuldades abordavam questões relacionadas à gestão do próprio negócio, cumprimento de requisitos legais e burocráticos, e interações com concorrentes e tendências de mercado, visando integrar esses aspectos às habilidades a serem desenvolvidas ao longo da formação de psicólogos.

Hopp & Greene (2018), afirmaram que é importante destacar que a falta de viabilidade do negócio e a adoção desse tipo de estratégia tendem a indicar a falta de planejamento por parte do proponente do empreendimento, corroborando os relatos dos entrevistados de que os psicólogos têm pouco conhecimento em empreendedorismo e gestão. Dessa forma, para alcançar o sucesso como psicólogo empreendedor na região da planície litorânea do Piauí, algumas habilidades e recursos são essenciais. A comunicação clara e acessível, juntamente com a visibilidade e o conhecimento da área além do próprio trabalho são fundamentais.

Nesse contexto, promover a educação empreendedora em cursos de psicologia de nível superior pode oferecer contribuições às dificuldades mencionadas. Estratégias como aquelas adotadas por meio da participação em empresas juniores tendem a ser efetivas para estimular o empreendedorismo no ensino superior, afirmaram (Cortez, Veiga, & Salvador, 2019).

Outro recurso necessário é o marketing digital, que se destaca como uma ferramenta essencial para qualquer profissional liberal na região. Por isso, é fundamental buscar oferecer um serviço de qualidade e investir em estratégias de marketing digital para aumentar a visibilidade e atrair clientes. Isso inclui ser comunicativo, não hesitar em fazer vídeos e transmissões ao vivo, além de manter uma presença ativa nas redes sociais, especialmente no Instagram, para gerar tráfego orgânico (Cônsolo, 2019).

Outro recurso destacado pelos entrevistados é o networking com outros profissionais da área e parcerias com páginas famosas, que podem gerar uma divulgação significativa. Em uma região onde a visibilidade e a conexão com a comunidade são essenciais, essas parcerias podem abrir portas para novas oportunidades e expandir o alcance do trabalho.

No entanto, é importante ressaltar que todo o trabalho publicizado deve seguir as recomendações da Nota Técnica CFP 1/2022 que aborda as diretrizes para a publicidade profissional de psicólogas e psicólogos em redes sociais. Destaca-se a importância de informações claras, respeito à ética profissional, e cuidado ao separar a esfera pessoal da

profissional. Recomendações incluem seguir o Código de Ética Profissional, considerar a natureza dos serviços divulgados, evitar práticas sensacionalistas, e garantir o respeito aos princípios éticos.

A nota também orienta sobre o uso de depoimentos e fotos, respeitando o sigilo e obtendo consentimento explícito. Aborda questões legais, como a Lei Geral de Proteção de Dados, e destaca a responsabilidade ética na oferta de produtos e serviços. Enfatiza que a liberdade de expressão deve ser exercida considerando a ética profissional, especialmente ao se identificar como psicóloga(o). A formação generalista em Psicologia é mencionada, ressaltando a importância da reflexão sobre a capacitação para oferecer determinados serviços (Conselho Federal de Psicologia, 2022).

O empreendedorismo na carreira de psicóloga(o) está intrinsecamente ligado à busca pela realização pessoal. Investir no empreendedorismo é investir na própria profissão, buscando tornar-se a melhor versão possível do psicólogo, o que, por sua vez, leva a realizações significativas na carreira.

Para muitos profissionais, o empreendedorismo é a principal ferramenta para alcançar a pretensão pessoal de atuar na área da Psicologia clínica, especialmente para aqueles que tiveram experiências nesse campo desde a graduação. Além disso, o empreender na psicologia, especialmente por meio de atendimentos online, oferece a oportunidade de um crescimento mais acelerado na carreira. Isso pode levar os profissionais a ascenderem profissionalmente mais rapidamente, obtendo reconhecimento e satisfação.

O empreendedorismo também possibilita oferecer um atendimento dinâmico e inovador, alcançando um grupo de pacientes que pode ter resistência ao atendimento tradicional. Portanto, para muitos psicólogos, o empreendedorismo não é apenas um caminho para o sucesso profissional, mas também uma fonte de realização pessoal na carreira.

No litoral norte do Piauí, as oportunidades de mercado para psicóloga(os)

empreendedoras estão em constante evolução, impulsionadas por análises de tendências e demandas locais. Uma oportunidade significativa é o atendimento online e o uso das redes sociais, especialmente quando associados a clínicas ou instituições já conhecidas pela população. Essa abordagem permite alcançar um público mais amplo e diversificado, aproveitando o potencial do ambiente digital para oferecer serviços de psicologia acessíveis e convenientes.

Além disso, a psicologia é vista como uma profissão do futuro na região. O foco parece está na migração para o digital, reconhecendo que não é mais necessário restringir-se apenas a um estado. Isso abre novas oportunidades para psicólogas(os) empreendedoras expandirem sua atuação para além das fronteiras físicas, atendendo a uma demanda crescente por serviços psicológicos acessíveis e de qualidade, independentemente da localização geográfica (Bittencourt et al., 2020).

Portanto, ao analisar as tendências e demandas locais, fica evidente que as psicólogas empreendedoras no litoral norte do Piauí têm uma ampla gama de oportunidades de mercado, especialmente ao adotar abordagens inovadoras e voltadas para o digital para atender às necessidades em constante mudança da população.

É um fato que na região costeira do Piauí, a(os) psicóloga(os) empreendedora(es) enfrentam diversos obstáculos e riscos no cenário empreendedor, para os quais desenvolvem estratégias específicas para superá-los. Ferreira (2021) afirmou que o empreendedorismo na Psicologia permite que os profissionais tenham maior autonomia e flexibilidade em sua prática. Essa liberdade profissional pode gerar satisfação pessoal e profissional, além de possibilitar a construção de uma carreira mais alinhada com os valores e interesses individuais.

Os entrevistados destacaram a desvalorização monetária da profissão e a variação na procura pelos serviços, pois geram inconstâncias no valor adquirido mensalmente. Para lidar com essa instabilidade financeira, muitos profissionais adotam estratégias de diversificação de

serviços, como a oferta de atendimentos presenciais e online, workshops e cursos de capacitação. Referentes a essas dificuldades, no estudo de Silva e Viega (2021), os entrevistados destacaram, também, uma grande dificuldade em manter o custo financeiro da clínica: “Foram oito meses pagando aluguel, todas as despesas da clínica, sem estar trabalhando.” Outro entrevistado destacou sobre a demora para a chegada de um paciente na abertura da clínica: “A média é de seis meses para aparecer o primeiro paciente”.

A dificuldade em alcançar visibilidade, destaque e confiança na sociedade é outro desafio comum. Para superá-lo, a(os) psicóloga(os) empreendedora(es) investem em estratégias de marketing e branding pessoal, como o uso eficaz das redes sociais, participação em eventos locais e parcerias com outras empresas e instituições da região. Além disso, a possibilidade de eventos negativos relacionados à reputação profissional é uma preocupação constante. Para mitigar esse risco, os profissionais implementam medidas preventivas, como a elaboração de contratos profissionais claros e abrangentes, que estabelecem direitos e responsabilidades tanto do profissional quanto do cliente, especialmente em relação a questões como horários, faltas e honorários.

Desta maneira, como já havia sido destacado na fundamentação teórica, faz-se necessário a implementação de políticas e programas eficazes para incentivar o surgimento e o crescimento de empreendimentos inovadores, capazes de gerar impacto positivo na sociedade e contribuir para a construção de um futuro próspero e sustentável (Silva & Costa, 2021).

Por isso, no contexto atual, no qual a competitividade e a complexidade do mercado de trabalho são crescentes, o estudo torna-se fundamental, especialmente para a(os) psicóloga(os) empreendedora(es) em cidades como Parnaíba, no Piauí. Nesse cenário, o conhecimento adquirido por meio do estudo não apenas amplia as habilidades técnicas, mas também capacita esses profissionais a enfrentar os desafios únicos que surgem ao empreender na área da psicologia.

A falta de preparação específica no campo do empreendedorismo pode deixar a(os) psicóloga(os) desamparados ao lidar com os aspectos práticos e administrativos de gerenciar um consultório ou clínica. Outros desafios enfrentados pelos profissionais incluem o elevado custo de aluguel de espaços para consultório, assim como os planos de saúde que frequentemente subvalorizam o trabalho dos psicólogos, diminuindo o valor dos serviços prestados.

Os desafios enfrentados por psicóloga(os) empreendedora(es) em Parnaíba incluem a necessidade de adaptação a um mercado local diversificado, a concorrência com outros profissionais e a busca por uma identidade profissional que se destaque. O estudo contínuo permite que esses profissionais desenvolvam estratégias eficazes para lidar com esses desafios, seja através da atualização constante sobre as tendências e demandas do mercado, seja pela aquisição de conhecimentos específicos que agreguem valor aos serviços prestados.

Em suma, o estudo desempenhou um papel inovador na vida da(o) psicóloga(o) empreendedora em Parnaíba, fornecendo-lhe as ferramentas necessárias para enfrentar os desafios do mercado e as motivações para continuar crescendo e se desenvolvendo profissionalmente. E através do compromisso com o aprendizado contínuo que esses profissionais podem alcançar o sucesso e fazer a diferença na comunidade em que atuam.

Referências

- Bittencourt, H. B., Rodrigues, C. C., Santos, G. L. dos, Silva, J. B. da, Quadros, L. G. de, Mallmann, L. S., Bratkowski, P. S., & Fedrizzi, R. I. (2020). Psicoterapia on-line: Uma revisão de literatura. *Diaphora*, 9(2), 41–46.
<https://doi.org/10.29327/217869.9.2-6>
- Bueno, S. de F. da S. (2017). *MENTALIDADE EMPREENDEDORA: um estudo com universitários da cidade de pimenta bueno/ro* [Tese de doutorado, Curso de Gestão e Desenvolvimento Regional, Universidade de Taubaté].
<http://repositorio.unitau.br/jspui/handle/20.500.11874/1081>
- Cavalheiro, G. M., & Mariano, S. (2022). *Fundamentos de empreendedorismo* (Vol. 1). Universidade Federal Fluminense.
- Conselho Federal de Psicologia (2022). Nota Técnica sobre Uso Profissional das Redes Sociais: Publicidade e Cuidados Éticos. https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/06/SEI_CFP-0612475-Nota-Tecnica.pdf
- Conselho Federal de Psicologia (2022). *Quem faz a psicologia Brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro*.
- Cônsolo, A. T. G. (2019). Marketing Digital e o Comércio Eletrônico. In *Marketing para Cursos Superiores* (pp. 239–264). Editora Blucher.
<http://dx.doi.org/10.5151/9788580393798-09>.
- Costa, P. M., Duarte, C. B., Ferreira, D. R., Cavalcante, D. C., Santos, I. G., & Cavalcante, S. C. (2021). A clínica psicológica: legislação, estruturação e gestão. *PROJEÇÃO, SAÚDE E VIDA*, 2(2), 34-43.
- Cunha, R. M., Cavallo, C., & Mariano, S. (2022). *Criatividade e Atitude Empreendedora* (Vol. 3). Universidade Federal Fluminense.
- Dornelas, J. (2023). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios-9a.edição*. Editora

Atlas.Barueri-SP.

- Ésther, A. B. (2019). A política de identidade do empreendedorismo: uma análise na perspectiva da sociologia figuracional e da psicologia social crítica. *Cadernos EBAPE. BR*, 17, 857-870.
- Ferraz, J. D. M., & Ferraz, D. L. D. S. (2022). Do espírito do capitalismo ao espírito empreendedor: a consolidação das ideias acerca da prática empreendedora numa abordagem histórico-materialista. *Cadernos EBAPE. BR*, 20, 105-117.
- Ferreira, T. A. (2021). Psicologia e empreendedorismo: o papel das diretrizes nacionais curriculares para o desenvolvimento do comportamento empreendedor nas universidades. *Revista de Psicologia Aplicada*, 73(2), 217-234.
- Garcia, A. S., & Andrade, D. M. (2022). O campo de pesquisas do empreendedorismo: transformações, padrões e tendências na literatura científica (1990-2019). *Revista Brasileira de Inovação*, 21.
- Global Entrepreneurship Monitor.(2020). Empreendedorismo no Brasil- Relatório executivo, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/15iOq6-1BCIRmcX4wMEuUemZDtMM3gIHi/view> . Acesso em: 24/07/2023.
- Hermann, I. L. (2022). Empreendedorismo: livro didático.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua [Postagem]. Recuperado de <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.ph>
- Júnior, E. H. G. (2019). Como os empreendedores trabalham: Uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 149-175.
- Kai, F. O. (2022). Empreendedorismo e soft skills: uma revisão sistemática da literatura na base de dados da web of science. *Revista Da FAE*, 25(1).

- Lima, L. G. D., Nassif, V. M. J., & Garçon, M. M. (2020). O poder do capital psicológico: a força das crenças no comportamento empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 24, 317-334.
- Lopes, R., Almeida, M., & Lima, E. (2019). Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, 59, 284-292.
- Marcondes, R. (2022). A importância da psicologia no empreendedorismo e nas organizações. *Revista de Psicologia Organizacional e do Trabalho*, 12(2), 123-140.
- Martarello, R., & Ferro, D. (2022). Empreendedorismo e inovação em empreendimentos produtivos informais: desenvolvimento de uma inovação de processo em um empreendimento de arranjos florais. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 11(1), 1985-1985.
- Martins, C. B. (2022). Universidade empreendedora: um novo paradigma para o ensino superior?. *Sociedade e Estado*, 37, 955-955.
- Oliveira, B. A., de Paiva, V. V., & Ramos, A. C. S. (2022). Empreendedorismo feminino: Os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa–PB. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 10(2), 30-47.
- Schaefer, R. & Minello, I. F. (2020). Desafios contemporâneos da educação empreendedora: novas práticas pedagógicas e novos papéis. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 14(3), 134-149. doi: <https://doi.org/10.6034/rmpe.v14i3.1425>.
- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina.(2021). Mas afinal, o que é empreendedorismo?. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 24/07/2023.
- Silva, A. S. L., Costa, R. A. T.(2021).Fatores que influenciam a formação para atividade empreendedora suportada por recursos tecnológicos e inovadores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 6(3), 19-32.

- Silva, C. C. D. S., Ferreira, G. A., Rocha, J. F., Callippo, J. P. F., & Oliveira, S. L. G. D. (2022). A importância do fomento do empreendedorismo no Brasil. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(2), 45-62.
- Silva, L. C. O., & Campos, E. B. D. (2021). *Psicologia da carreira Vol. 2: Práticas em orientação, desenvolvimento e coaching de carreira*. Vetor Editora.
- Vasconcelo, E. F., de Araújo, K. A., & Casali, M. E. A. (2019). Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais). *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 219-222.
- Vasconcelos, E. F., Araújo, K. A., & Avancini Casali, M. (2019). Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais). *REGPEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 219-222. doi:<https://doi.org/10.14211/regepe.v8i1.1291>
- Vasconcelos, E. F., Marcondes, R. C., Casali, M. E. A., Amaral, L. D., & Correia, G. M. (2019). Possibilidades e limites no desenvolvimento empreendedor de estudantes de Graduação em Psicologia. *Revista Foco*, 12(3), 96.

Anexos

Anexo I – Questionário Sociodemográfico

Informações demográficas. Com o objetivo de conhecer um pouco mais os participantes do estudo, pedimos que respondam às perguntas a seguir. Lembrando que não pretendemos identificá-lo (a).

1. **Idade:** _____ anos

2. **Gênero:** 1- Masculino 2- Feminino 3- Prefiro não comentar

3. **Estado civil:**

1- Solteiro 2- Casado 4- Viúvo

3- Separado/Divorciado 5- Outro

4. **Qual área de atuação dentro da psicologia e há quantos tempo?**

5. **Cidade e estado em que reside:** _____

6. **Quanto é sua renda familiar (a soma de todos que vivem na sua casa, incluindo você)?**

Até um salário mínimo (Até R\$ 788,00) Entre 1 e 3 salários mínimos (Entre R\$ 724,00 e R\$ 2.364,00)

Entre 3 e 5 salários mínimos (Entre R\$ 2.364,00 e R\$ 3.940,00)

Entre 5 e 10 salários mínimos (Entre R\$ 3.940,00 e R\$ 7.880,00)

Entre 10 e 20 salários mínimos (Entre R\$ 7.880,00 e R\$ 15.760,00)

Mais de 20 salários mínimos (Mais de R\$ 15.760,00)

7. **Nível de formação:**


Graduação Doutorado

Mestrado Outro _____

Anexo II- Roteiro de Entrevista

- 01 - Como o empreendedorismo se relaciona como a sua carreira de psicólogo (a)?
- 02 - Quais são as motivações pessoais e profissionais que o influenciam a pensar em empreender?
- 03 - Como o seu processo de formação como psicólogo se relaciona com a intenção de empreender?
- 04 - Como o seu histórico profissional pode contribuir para superar eventuais desafios no empreendedorismo?
- 05 - Quais fatores você enxerga no contexto da planície litorânea do Piauí que poderiam estimular psicólogos a se tornarem empreendedores?
- 06 - Quais as principais dificuldades você acredita que os psicólogos (as) da planície litorânea enfrentam ao iniciar um empreendimento na área?
- 07 - Quais habilidades ou recursos você acredita que são fundamentais para serem bem-sucedidos como psicólogo empreendedor nesta região?
- 08 - Como você vê a relação entre a busca pelo empreendedorismo e a realização pessoal na sua carreira?
- 09 - Em sua opinião, quais são as maiores oportunidades de mercado para psicólogos empreendedores no litoral norte do Piauí?
- 10 - Quais obstáculos ou riscos você acredita que psicólogos empreendedores devem estar preparados para enfrentar nesse cenário?
- 11 - Você considera que aspectos culturais ou sociais da região influenciam a intenção de empreender entre os psicólogos?
- 12 - Que tipos de suporte ou recursos você acredita que seriam mais benéficos para psicólogos que pretendem empreender?

Anexo III – Parecer

Página 01 de 05	UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA - UFDPAR	
-----------------	---	---

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP**DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

Título da Pesquisa: DESAFIOS E MOTIVAÇÕES DO PSICÓLOGO EMPREENDEDOR NA CIDADE DE PARNAÍBA-PI

Pesquisador: Ricardo Neves Couto

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 75838523.8.0000.0192

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA - UFDPAR

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.601.591

Apresentação do Projeto:

Apresentação do Projeto

Trata-se de um estudo observacional do tipo transversal, com abordagem qualitativa cujo objetivo principal é conhecer os fatores que influenciam a intenção de empreender entre as(os) psicólogas(os) da planície litorânea do Piauí.

Problema da pesquisa

Empreendedorismo é um processo contínuo e complexo que envolve a identificação de oportunidades, a criação de valor e a busca por soluções inovadoras para atender às necessidades do mercado, e consequentemente movimentar a economia. De acordo com os dados mais recentes do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2022, o Brasil destaca-se como um dos países com maiores taxas de empreendedorismo do mundo, com aproximadamente 30% da população adulta envolvida em alguma forma de atividade empreendedora. A intenção empreendedora, que diz respeito ao desejo e à disposição de um indivíduo em se envolver em atividades empreendedoras é mais que uma mera consideração momentânea de iniciar um negócio.

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PARNAÍBA, 26 de Dezembro de 2023

Assinado por:

France Keiko Nascimento Yoshioka
(Coordenador(a))