



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

LEONARDO ALVES DOS SANTOS

**MOTIVADORES DO EMPREENDEDORISMO TARDIO EM
EMPREENDEDORES ATUANDO NO DISTRITO FEDERAL**

Brasília – DF

2016

LEONARDO ALVES DOS SANTOS

**MOTIVADORES DO EMPREENDEDORISMO TARDIO EM
EMPREENDEDORES ATUANDO NO DISTRITO FEDERAL**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: PhD, Marina Figueiredo Moreira

Brasília – DF

2016

Santos, Leonardo Alves dos.

Motivadores do Empreendedorismo Tardio em Empreendedores Atuando no Distrito Federal / Leonardo Alves dos Santos. – Brasília, 2016.

68 f.: il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2016.

Orientador: Profa. PhD, Marina Figueiredo Moreira, Departamento de Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo Tardio. 3. Motivação Empreendedora. 4. Empreendedorismo no Distrito Federal.
I. Título.

LEONARDO ALVES DOS SANTOS

**MOTIVADORES DO EMPREENDEDORISMO TARDIO EM
EMPREENDEDORES ATUANDO NO DISTRITO FEDERAL**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do aluno

Leonardo Alves dos Santos

PhD, Marina Figueiredo Moreira
Professor-Orientador

Dr., Antônio Isidro da Silva Filho,
Professor-Examinador

Me., Mauro Celio Araujo dos Reis
Professor-Examinador

Brasília, 29 de novembro de 2016.

Dedico este trabalho a todos que acreditaram em mim, em especial minha mãe.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem Ele nada disso seria possível. Também agradeço a minha orientadora por suas inestimáveis contribuições e enorme paciência. Meus agradecimentos a todos que de alguma forma estiveram envolvidos e me ajudaram a desenvolver este trabalho. Por fim, aos meus amigos e entrevistados, o meu muitíssimo obrigado.

...enquanto nos recordam, continuamos vivos.

Carlos Ruiz Zafón

RESUMO

Um grupo especial de empreendedor ocupa cada vez mais um papel de destaque. Trata-se do Empreendedor Tardio, um indivíduo que inicia um negócio próprio e contribui para a expansão da atividade econômica em um período mais tardio da vida. São empreendedores que se destacam dos mais jovens por uma bagagem de experiências que podem ser decisivas para o sucesso do empreendimento no futuro. Compreender os motivadores de um processo tão intrigante contribui para o crescimento de uma área relacionada ao empreendedorismo e ainda pouco explorada, quando comparada com as demais. As informações foram obtidas por meio de entrevistas semiestruturadas, realizadas com sete empreendedores, selecionados por conveniência, que iniciaram seus respectivos negócios após os quarenta anos de idade. O método de análise utilizado foi a análise de conteúdo. Constatou-se a aposentadoria (ou sua perspectiva) como o principal motivador sobre a decisão pelo empreendedorismo. Dentre os resultados também destacaram-se a falta de figuras motivadoras do empreendedorismo em relacionamentos de nível primário, o prazer e satisfação proporcionados pelas atividades executadas no dia-a-dia dos negócios e a importância atribuída aos clientes pelos sujeitos analisados.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Tardio. Motivação Empreendedora. Empreendedorismo no Distrito Federal.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Agrupamento de tipologias por semelhança:	26
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

DF – Distrito Federal

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

IBQP – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

MEC – Ministério da Educação

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OMS – Organização Mundial da Saúde

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UnB – Universidade de Brasília

USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Contextualização.....	12
1.2	Formulação do Problema.....	14
1.3	Objetivo Geral	15
1.4	Objetivos Específicos.....	15
1.5	Justificativa	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	Empreendedorismo.....	17
2.1.1	Perfis Empreendedores	19
2.1.2	O Empreendedorismo Tardio.....	21
2.2	Motivação.....	22
2.2.1	Motivação Extrínseca e Intrínseca.....	23
2.2.2	Motivação e Correntes Empreendedoras	24
2.3	Tipologias Sobre os Motivadores do Empreendedorismo	26
2.3.1	Tipologia Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo.....	27
2.3.2	Tipologia Kirkwood	28
2.3.3	Tipologia GEM.....	29
2.3.4	Tipologia Laufer	29
2.3.5	Tipologia Naffziger, Hornsby e Kuratko	30
2.4	Estado da Arte em Motivação Empreendedora	31
2.4.1	Publicações Nacionais.....	32
2.4.2	Publicações Internacionais	34
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	37
3.1	Tipo e Descrição Geral da Pesquisa.....	37
3.2	Caracterização da Organização, Setor ou Área.....	38
3.3	População e Amostra.....	39
3.4	Caracterização dos Instrumentos de Pesquisa.....	40
3.5	Procedimentos de Coleta e de Análise de Dados.....	41
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
4.1	Resultados por Categoria	43
4.1.1	Categoria I – Contexto Familiar	43
4.1.2	Categoria II – Fatores Antecedentes	45
4.1.3	Categoria III – Realidade da Atividade Profissional.....	47
4.1.4	Categoria IV – Satisfação	48

4.1.5	Categoria V – Realização	50
4.1.6	Categoria VI – Histórico Profissional	51
4.2	Análise por Categoria.....	52
4.2.1	Categoria I – Contexto Familiar	52
4.2.2	Categoria II – Fatores Antecedentes	53
4.2.3	Categoria III – Realidade da Atividade Profissional	54
4.2.4	Categoria IV – Satisfação	55
4.2.5	Categoria V – Realização	57
4.2.6	Categoria VI – Histórico Profissional	58
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	61
	REFERÊNCIAS.....	63
	APÊNDICES.....	68

1 INTRODUÇÃO

Mesmo séculos após as primeiras tentativas de definição para o termo empreendedorismo (DEGEN, 2009; DRUCKER, 2013; FILION,1999), apenas recentemente um tipo especial de empreendedor começa a receber certo destaque em produções acadêmicas: o empreendedorismo tardio.

Estudos relacionados a esse fenômeno de grande significado ainda não refletem sua importância e acredita-se que no futuro, com o envelhecimento populacional, por exemplo, ocorra uma mudança nesse cenário (WEBER; SCHAPER, 2003).

Assim como outros empreendedores, o empreendedor tardio também está envolvido em questões como a geração empregos e desenvolvimento atividades inovadoras e entende-se como bastante relevante o esclarecimento dos fatores responsáveis por tal comportamento exercido por esse grupo.

1.1 Contextualização

Estudos iniciais sobre empreendedorismo, desenvolvidos durante as décadas de 1950 e 1960, comumente enfocaram a identificação de traços e características pessoais que possibilitassem a diferenciação dos empreendedores entre a população geral (SEGAL; BORGIA; SCHOENFELD, 2005). São estudos como os promovidos por McClelland (1972), onde a alta necessidade de realização, poder e associação são relacionadas ao sucesso em diversas atividades, entre elas as empreendedoras.

Pesquisas posteriores, por sua vez, buscaram identificar as situações e fatores ambientais que poderiam predizer o comportamento empreendedor. São fatores como experiências anteriores de trabalho, recursos disponíveis, oportunidades identificadas e influências econômicas ou governamentais (SEGAL; BORGIA; SCHOENFELD, 2005).

O campo de estudo do empreendedorismo também envolve o estudo das fontes de oportunidades. São estudos que buscam determinar como, por quem e com

que efeitos as oportunidades para criar produtos e serviços são descobertas, avaliadas e exploradas (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Ahmad e Seymour (2008), em um estudo publicado pela OCDE, propõem que empreendedores são empresários que buscam gerar valor, através da criação ou expansão de determinada atividade econômica, através da identificação e exploração de novos produtos, processos ou mercados. Já a atividade empreendedora, para os autores, é a ação humana empreendedora que busca geração de valor, através da criação ou expansão da atividade econômica, através da identificação e exploração de novos produtos, processos ou mercados. Por fim, o empreendedorismo pode ser compreendido como o fenômeno associado com a atividade empreendedora.

Neste trabalho, interessa-nos em especial o empreendedorismo desenvolvido por indivíduos com mais de 40 anos, um grupo fora da faixa etária em que usualmente se inicia um negócio no Brasil (GEM, 2015).

Estudos específicos sobre esse tipo de empreendedorismo, chamado de tardio justamente por ser exercido em períodos mais maduros da vida dos empreendedores, ainda correspondem a uma área pouco explorada, apesar de sua crescente importância (KAUTONEN, 2008).

Ao discorrer sobre os empreendedores tardios, Kautonen, Down e South (2008) indicam haver uma contradição entre o papel do envelhecimento no empreendedorismo: ora agindo como limitador, outra como incentivador.

Ao comentar sobre o empreendedorismo tardio, neste caso especificamente o praticado por aposentados, Guedes (2009) caracteriza esse grupo específico como pessoas em uma fase de suas vidas onde possuem mais experiência em negócios, mais recursos financeiros e que já passaram por situações críticas onde sua capacidade de decisão e avaliação de riscos foi testada. Trata-se de um grupo que, em geral, não trabalha por dinheiro, mas sim por realização pessoal.

Cabe destacar que a atividade empreendedora, em qualquer período da vida, demanda devoção. Todas as funções, atividades e ações associadas ao empreendedorismo demandam esforço e comprometimento de tempo (DORNELAS, 2008) e os motivos que levam uma pessoa a querer abrir seu próprio negócio podem sofrer influência de diversos fatores.

Ao se analisar as motivações envolvidas no comportamento empreendedor, pode-se classificar os motivadores entre motivadores extrínsecos ou intrínsecos. Para Levesque et al. (2010) as motivações intrínsecas correspondem a algo íntimo e

inerente ao indivíduo e estão atreladas a atividades executadas pelo prazer envolvido na sua própria execução. As motivações extrínsecas, por outro lado, ocorrem quando a motivação responde a recompensas externas e a sua realização está atrelada ao alcance de um objetivo específico.

A motivação para o empreendedorismo não é diferente. A própria decisão de empreender pode ser vista como o produto de motivações que variam de acordo com características e habilidades do empreendedor (BARBA-SÁNCHEZ; ATIENZA-SAHUQUILLO, 2012). Antes de mais nada, qualquer análise das motivações para o comportamento empreendedor deve considerar seu perfil empreendedor e as razões para a decisão.

A análise dos motivadores para o empreendedorismo tardio proposta por este trabalho busca compreender como tal processo ocorre e quais são suas características, especialmente para os empreendedores tardios atuantes no DF.

1.2 Formulação do Problema

Vive-se um período em que, pela primeira vez na história, a maior parte da população espera viver mais de 60 anos (OMS, 2015). São anos extras disponíveis como uma oportunidade para se exercer atividades prazerosas e produtivas, anos a mais para agir como um agente de mudança para a sociedade, anos a mais para realizar os próprios sonhos.

Segundo Kautonen, Down e South (2008), o empreendedorismo tardio compreende um grupo capaz de se ajustar à atividade empreendedora de maneira mais eficaz que os jovens. São vantagens conquistadas e acumuladas por toda a vida que proporcionam este cenário. Elementos que podem ser considerados decisivos para quem está começando um negócio (redes de contatos estabelecidas, ampla experiência profissional habilidades técnicas e gerencial) e que foram aprimorados durante décadas. Empreendedores tardios possuem mais experiência, possuem todo um conhecimento de técnicas e práticas que foram acumulados durante a vida e que são capazes de diferenciá-los dos empreendedores mais jovens (WEBER; SCHAPER, 2003).

Diante de tal cenário, ao se analisar fatores e características envolvidas no processo de abertura de um negócio, esperava-se que tais diferenciais, por exemplo, experiência prévia e capital próprio disponível, tivessem grande peso na decisão de trilhar o caminho do empreendedorismo. Entretanto, causa estranheza que indivíduos entre 45 e 64 anos, usualmente detentores de ao menos parte dos elementos supracitados, ainda correspondam ao menor número de empreendedores brasileiros, quando em comparação a outras faixas etárias (GEM, 2015).

Tendo como cenário o ambiente econômico do Distrito Federal, o presente estudo busca a resposta para a seguinte indagação: **quais os fatores motivadores para o empreendedorismo tardio de empresários atuantes no Distrito Federal?**

1.3 Objetivo Geral

Este estudo adota como seu objetivo geral: identificar os fatores motivadores para o empreendedorismo tardio em empreendedores atuando no Distrito Federal.

1.4 Objetivos Específicos

- Reunir empreendedores tardios objetivando a identificação dos fatores motivadores para tal comportamento;
- Elaborar quadro teórico conceitual explicativo para os fatores motivadores ao empreendedorismo tardio;
- Apontar os fatores motivadores explicativos da decisão de iniciar um empreendimento para os sujeitos analisados.

1.5 Justificativa

Estudos realizados por Lévesque e Minniti (2006) indicam que a abertura de novas empresas é maior no período compreendido entre os 25 e 35 anos de idade. No modelo desenvolvido pelos autores, o efeito da idade sobre a propensão

empreendedora é descrito como um “U” invertido onde a probabilidade de um indivíduo se tornar um empreendedor aumenta com a idade, até um certo ponto, e diminui posteriormente. Para os autores do estudo, à medida em que envelhecemos estamos cada vez menos dispostos a dedicar tempo às atividades que geram retornos em longo prazo, tal como iniciar uma nova empresa.

Pilkova, Holienka e Rehak (2014) destacam que, na decisão de prosseguir pelo caminho do empreendedorismo ou não, o tempo é tratado pelos empreendedores tardios como um recurso valioso e escasso cuja disponibilidade diminui à medida em que se envelhece. Os custos de oportunidade da escolha empreendedora, portanto, geralmente aumentam com o aumento da idade do indivíduo.

Contudo, é interessante observar como, mesmo compondo um menor grupo (GEM, 2015), alguns sujeitos persistem na atividade empreendedora e contradizem tais estudos e estatísticas. Recentemente, uma série de estudos e pesquisas têm destacado o empreendedorismo em idades mais avançadas. Segundo os trabalhos analisados por Kautonen (2008), dois fatores principais contribuem para tal cenário: o envelhecimento populacional e o grande número de aposentados em idade ainda ativa.

O empreendedorismo tardio abarca uma classe de empreendedores capazes de aplicar em seus negócios conhecimentos acumulados por toda uma vida. Exemplos internacionalmente consagrados também indicam a possibilidade de ser bem-sucedido com a atividade empreendedora em um período mais tardio de suas vidas: Donald Fisher, Sam Walton e Harland Sanders demonstram como o empreendedorismo não tem idade.

Trata-se de um grupo distinto. Um grupo detentor das mais diversas habilidades e conhecimentos acumulados por longos períodos e que agora podem aplicá-los em seus empreendimentos. Empreendedores com mais de 44 anos compreendem 24% dos empreendedores iniciais e 36,2% do total de empreendedores brasileiros (GEM, 2015). Tais números, associados ao envelhecimento populacional, corroboram a importância de estudos focados nas atividades desenvolvidas por esse grupo em específico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo é composto pelas seções relacionadas a investigação da literatura realizada para auxiliar no entendimento e embasamento do assunto tema do trabalho, buscou-se a fundamentação teórica necessária para que a pesquisa a ser realizada possuísse respaldo científico e base concreta. Durante sua elaboração, buscou-se estabelecer ligações entre diferentes trabalhos de maneira que fosse possível a construção de um novo trabalho, mais rico e completo.

A primeira seção é constituída da definição e breve histórico do empreendedorismo, estudos relacionados aos perfis empreendedores e empreendedorismo tardio. Logo em seguida são abordados alguns aspectos relativos a motivação (de maneira geral) e também são descritos os diferentes tipos de motivação e como elas se relacionam com as correntes empreendedoras. Por fim, são apresentadas as tipologias relacionadas aos motivadores do empreendedorismo. Encerra-se o capítulo com um breve panorama a respeito do Estado da Arte em motivação empreendedora.

2.1 Empreendedorismo

O tema empreendedorismo tem recebido vasto destaque no âmbito acadêmico. Em geral, sua abordagem tem um caráter amplo e abrange diferentes tipos de empreendedores ou atividades empreendedoras. Diferentes correntes buscam definir as características da atividade empreendedora e, principalmente, do empreendedor.

Shaver e Scott (1991) apontam que para se compreender o empreendedorismo deve-se considerar diversos fatores, todos de grande importância: circunstâncias econômicas, marketing, financiamento e até mesmo incentivos públicos disponíveis. Porém, afirmam os autores, nenhum deles é capaz de individualmente ser responsabilizado por criar um novo empreendimento. Para tal feito, prosseguem, é necessária uma pessoa, ou seja, um empreendedor. “Alguém em cuja mente todas as possibilidades se reúnam, que acredita que a inovação é possível e que tenha a motivação para persistir” (SHAVER; SCOTT, 1991, p. 39).

Para Fillion (1999), a primeira definição do termo empreendedorismo teria sido proposta por Richard Cantillon ainda no século XVIII. O economista francês definiu o empreendedor como um indivíduo que, assumindo os riscos inerentes, aproveita oportunidades com a perspectiva de obter lucros. Compra-se a certo preço para no futuro vendê-lo a um preço ainda indeterminado. Os “riscos inerentes” do período histórico vivido por Cantillon (1680 -1734) estavam relacionados ao investimento de recursos próprios nesse tipo de atividade. Geralmente tratavam-se de transações envolvendo atividades agrícolas, onde o empreendedor comprava determinada matéria prima com o objetivo processá-la e depois vendê-la por um preço a ser definido futuramente.

Drucker (2013), por sua vez, afirma ter sido Jean-Baptiste Say o criador do termo empreendedor. Segundo o autor, por volta de 1800 o economista francês identifica o empreendedor como aquele que transfere para um setor de alta produtividade e rendimento recursos econômicos de um setor deficitário.

Em comum, é possível observar entre as definições o deslocamento de recursos, apesar de Say não incorporar o elemento risco (MONDAL; JIMENEZ, 2015). Ambas as ideias acabaram por influenciar o desenvolvimento da vertente econômica do estudo da motivação empreendedora.

Alguns autores vão ainda mais longe na busca da origem do empreendedorismo e associam seu surgimento as expedições comerciais como as realizadas por Marco Polo no século XIII (DEGEN, 2009). Para o autor os empreendedores da época agiam como intermediários, assim como indicado pela origem do termo empreendedor, derivado do francês antigo *entreprendre*.

Dornelas (2008), por sua vez, propõe uma definição mais atual sobre o tema. Para o autor empreendedorismo “é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” (2008, p. 22). Ainda segundo o autor, negócios de sucesso são criados a partir da perfeita implementação dessas oportunidades.

Trata-se de um conceito contemporâneo que abarcam tanto ideias de Joseph Schumpeter, segundo o qual o empreendedor seria o indivíduo que desenvolve novas combinações (inovação) a partir dos fatores de produção já existentes, resultando em progresso econômico (BEHLING et al., 2015), quanto as de Drucker (2013), ao afirmar que o empreendedor enxerga a mudança como normal e sadia e, apesar de não provocá-la, reage a ela e é capaz de explorá-la como uma oportunidade. Para Drucker

“o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade” (DRUCKER, 2013, p. 36).

Semelhante ao proposto por Dornellas, Shane, Locke e Collins (2003) definem empreendedorismo como:

“ [...] um processo que começa com a o reconhecimento de uma oportunidade empreendedora e é seguido pelo desenvolvimento de uma ideia de como executar essa oportunidade, a avaliação da viabilidade da oportunidade, o desenvolvimento do produto ou serviço que será oferecido aos clientes, a união de recursos humanos e financeiros, modelo organizacional, e busca por clientes (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003, p. 275)”

Seguindo linha semelhante, Baron e Shane (2007) também veem no empreendedorismo um processo: trata-se de uma sucessão de eventos ou atividades que começa como uma ideia para algo novo, geralmente um produto ou serviço, e termina sendo levada para o mercado por meio de um novo negócio. Os autores destacam a necessidade de se gerar valor com a ideia, de outra forma o processo não poderia ser classificado como empreendedorismo, seria apenas um exercício de criatividade.

Para Mondal e Jimenez (2015), estudos modernos sobre o tema colocam o empreendedor como um tomador de decisões. Um indivíduo que deve, principalmente, identificar oportunidades e tomar a decisão de como capitalizar sobre elas.

É importante frisar que o empreendedorismo não deve ser sempre associado a criação de um negócio. Empreendedorismo envolve criação de algo novo, de valor, e não está necessariamente atrelado à criação de novas organizações (DORNELAS, 2008; SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Apesar das diferentes definições adotadas para o termo empreendedorismo, percebe-se certa inclinação para ideia de que empreendedor é quem detecta uma oportunidade e lucra sobre ela.

2.1.1 Perfis Empreendedores

Por meio de um levantamento bibliográfico, Filardi, Barros e Fischmann (2014) analisam a evolução histórica das características atribuídas aos empreendedores em trabalhos publicados entre 1983 e 2014. Para os autores, fica clara a distinção entre

o perfil empreendedor contemporâneo e o vigente em períodos anteriores analisados por trabalhos bibliográficos semelhantes. Atualmente conta-se com um perfil onde as competências interpessoais e sociais são mais valorizadas, diferente do perfil autocentrado, soberano, autônomo e independente do empreendedor da primeira fase do século XX” (FILARDI; BARROS; FISCHMANN, 2014, p. 138).

Algumas tipologias buscam classificar a motivação empreendedora entre dois tipos: os empreendedores voluntários e involuntários. Em geral, empreendedores voluntários já possuíam motivação para empreender ou identificaram uma oportunidade de obter lucro e decidiram pelo empreendedorismo. Já os empreendedores involuntários são compelidos a empreender por situações fora do seu controle, como desemprego ou imigração, por exemplo (DOLABELA, 2006; GEM, 2013).

Segundo Filion (1999), a utilização de tipologias para a tentativa de traçar o perfil empreendedor é extremamente útil e valiosa para estudos sobre uma área tão vasta como a de empreendedorismo. O autor sugere seis perfis para classificação: o lenhador; o sedutor; o jogador; o hobbysta; o convertido; o missionário. Neste caso a classificação proposta se aplicaria especificamente a proprietários-gerentes de pequenos negócios.

Os perfis propostos pelo autor são resultado da vasta experiência profissional de Filion com o empreendedorismo e pequenas empresas. A própria realização de pesquisas sobre empreendedorismo e pequenas empresas, explica o autor, acaba por conduzir à identificação dos perfis empreendedores propostos por ele.

Buscando demonstrar que o empreendedorismo não está necessariamente relacionado a traços de personalidade e que é possível desenvolvê-lo, Bernadi (2011) aponta algumas situação propícias para a prática empreendedora. Para o autor, situações como aposentadoria, herança, conhecimentos e habilidade profissionais e opção ao emprego representam circunstâncias capazes de originar um empreendimento e desenvolver em qualquer indivíduo o comportamento empreendedor.

Também buscando responder se o empreendedorismo trata-se de um traço nato ou poderia ser desenvolvido, Dornelas (2007) define vários tipos de empreendedores. Segundo o autor, a amostra de 399 empreendedores pesquisados para a produção do seu livro teria sido grande o suficiente para cobrir quase todos os tipos e empreendedores apresentados.

São oito tipos propostos: Empreendedor Nato (Mitológico); Empreendedor que Aprende (Inesperado); Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios); Empreendedor Corporativo; Empreendedor Social; Empreendedor por Necessidade; Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar); “Normal” (Planejado).

Vale ressaltar que não existe um modelo pré-estabelecido de empreendedor. A busca por determinar características, habilidades e origens do comportamento empreendedor é vasta, mas ainda não foi possível determinar um modelo-padrão. A dificuldade em estabelecer um modelo mostra como a atividade empreendedora é algo possível a qualquer pessoa (DORNELAS, 2007).

2.1.2 O Empreendedorismo Tardio

Apesar de ignorado pelas pesquisas tradicionais, recentemente o tema empreendedorismo tardio tem recebido atenção de estudos empíricos e teóricos. Infelizmente são esforços ainda insuficientes para suprir a escassez de dados disponíveis sobre o tema (AHMAD et al., 2014; KAUTONEN, 2008).

Contribui para tal cenário os termos utilizados nessas pesquisas nem sempre se referirem ao mesmo grupo de indivíduos. Weber e Schaper (2003) apontam a dificuldade em se determinar quem exatamente são os empreendedores tardios e quais atividades empreendedoras são desenvolvidas por eles. São várias definições para o tema, porém ainda não houve acordo sobre a idade inicial de classificação para a categoria.

Algumas definições sobre o tema são amplas e estabelecem o empreendedorismo tardio como um processo iniciado em uma idade madura da vida, por volta de 50 anos (HARMS et al., 2014). A definição da idade dos indivíduos, em geral, é baseada em estudos complementares sobre o tema e varia entre 45 e 60 anos dependendo da pesquisa considerada (WEBER; SCHAPER, 2003). Pesquisas como a realizada por Ahmad et al. (2014) colocam o empreendedor tardio como aquele que inicia um negócio depois dos 40 anos.

Para Weber e Schaper (2003), o empreendedorismo tardio é um fenômeno de grande relevância e ainda objetivo de poucos trabalhos. Trata-se de um grupo que exerce cada vez mais impacto sobre economias, políticas e também no ambiente

empresarial. A medida que a população envelhece, pesquisas, análise e debates sobre o tema deverão se tornar cada vez mais comuns.

2.2 Motivação

Considera-se a motivação humana como o processo psicológico responsável pela direção, intensidade e persistência de um indivíduo em completar um objetivo estabelecido, ou seja, um esforço orientado para um resultado específico (ROBBINS, 2005; TAMAYO; PASCHOAL, 2003).

Seguindo uma linha semelhante, Mitchell (1982) define motivação como o grau de comprometimento assumido por um indivíduo ao optar em desenvolver certo comportamento específico.

Bergamini (1990), por sua vez, destaca o caráter inerente de continuidade que a motivação possui. Para a autora as pessoas jamais estariam completamente satisfeitas, sempre existirá uma necessidade ainda não satisfeita responsável por organizar e dirigir novas condutas motivacionais.

Em geral, ao se analisar tal fenômeno de caráter tão individual, a literatura sobre o tema destaca três componentes chave para a sua compreensão: a intensidade, a direção e a persistência.

- Intensidade trata da quantidade de esforço empregado para alcançar um objetivo pré-determinado, sendo o elemento mais aludido quando se estuda motivação (KANFER, 1990; ROBBINS, 2005);
- Direção é definida como a responsável por canalizar a intensidade da motivação para o objetivo estabelecido anteriormente (ROBBINS, 2005), trata-se de uma escolha por determinado caminho a seguir seguido, implicando na renúncia de outras opções disponíveis (KANFER, 1990);
- Persistência, por sua vez, corresponde “a medida de quanto tempo uma pessoa consegue manter seu esforço” (ROBBINS, 2005, p. 132); Tal componente chega a ser considerado por alguns autores como apenas uma reafirmação da escolha inicial de ação e um resultado natural após se iniciar e direcionar determinado comportamento (MITCHELL, 1982).

2.2.1 Motivação Extrínseca e Intrínseca

De acordo com Levesque et al. (2010), diferentes fatores são capazes de motivar um indivíduo. Dependendo das situações e circunstâncias envolvendo as decisões, as pessoas podem se comportar de modo distinto. A diferenciação entre motivação intrínseca e extrínseca tem sido abordada em estudos psicológicos por quase quatro décadas.

A motivação intrínseca compreende o prazer presente na simples execução de uma atividade, um fim em si mesmo. Indivíduos intrinsecamente motivados escolhem praticar determinadas ações simplesmente pelo prazer e satisfação resultantes. São atividades executadas sem a intenção de receber algo em troca, apenas a satisfação proporcionada pelo ato (LEVESQUE et al., 2010). Essa motivação, completam os autores, correspondendo a mais autônoma e independente forma motivacional.

Rodrigues, Neto e Filho (2014) ao investigarem as influências na motivação para o trabalho, indicam a motivação como uma força propulsora que possui suas origens no interior do indivíduo. Tal tipo de motivação (intrínseca) se aplicaria às pessoas de uma maneira geral, inclusive fora do ambiente de trabalho analisado pelos pesquisadores.

Já as atividades executadas sob a influência de fatores externos diferem por possuírem metas, ou compensações, estabelecidas. São situações onde o comportamento tem como objetivo obter uma recompensa ou evitar penalidades ou consequências negativas dos atos praticados (LEVESQUE et al., 2010).

Indivíduos extrinsecamente motivados não executam tarefas pelo prazer inerente a execução da tarefa, mas sim porque veem tal ação como um instrumento para se atingir um objetivo ou evitar uma consequência negativa. Mesmo que as atividades desempenhadas sejam por algum motivo consideradas relevantes pelo indivíduo, sua execução está atrelada ao desejo pela recompensa proporcionada. (LEVESQUE et al., 2010).

Complementando tal visão, Harvey e Evans (1995), em seu modelo sobre o processo de decisão pela carreira empreendedora, classificam os fatores extrínsecos como variáveis ambientais capazes de influenciar a decisão pelo empreendedorismo. Esses fatores externos incluem as condições econômicas, capital de financiamento disponível, ambiente competitivo, políticas e regulamentações governamentais,

demanda do mercado, além de outros elementos externos ao empreendimento capazes de afetar seu desempenho.

2.2.2 Motivação e Correntes Empreendedoras

Kirkwood (2009), após uma revisão da literatura sobre o tema, conclui que existem quatro direcionadores para a motivação empreendedora. Primeiramente, e regularmente apontado como o principal motivador, aparece o desejo de independência, seguido de motivações econômicas, motivações relacionadas ao trabalho e a fatores relacionados a família.

Já para Carsrud, Alan e Brännback (2011) as razões tradicionalmente apontadas para se iniciar um empreendimento são as de origem econômica. Isso ocorreria devido a definição proposta por Say (empreendedor agindo como uma pessoa que faz algo objetivando um ganho econômico). Para os autores, apenas recentemente percebeu-se existirem outros motivadores sociais para a atividade empreendedora.

Vale também neste momento frisar as duas correntes que se destacam na busca pela identificação da motivação envolvida no comportamento empreendedor: a corrente econômica, consolidada por Joseph A. Schumpeter e influenciada por ideias de Cantillon e Say; e a comportamentalista, liderada pelos estudos promovidos por David C. McClelland e sua equipe.

A primeira corrente confere ao empreendedor a capacidade de identificação de oportunidades de negócio e capitalização sobre inovações. Já a segunda corrente, vertente comportamentalista, analisa o empreendedor sob a ótica dos valores próprios e específicos que motivaram a ação empreendedora (MARTINELLI; FLEMING, 2010) e foi estabelecida a partir da necessidade de se compreender mais profundamente o comportamento do empreendedor (FILION, 1999).

Segundo Ribas (2011), a teoria desenvolvida por McClelland é particularmente útil para a compreensão da motivação empreendedora. Ao estudar a necessidade de realização (n Realização), McClelland descobriu que empreendedores possuem uma necessidade mais elevada de realização, existindo uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade empreendedora (RODRIGUES, 2002). Tal

necessidade provocaria um forte desejo de fazer as coisas de maneira melhor do que outros (BARBA-SÁNCHEZ; ATIENZA-SAHUQUILLO, 2012). Trata-se de uma teoria relativamente simples que restringe a motivação para empreender em dois fatores: necessidade de realização e necessidade de poder (FILION, 1999).

Baseados em traços ou comportamentos, por mais de duas décadas autores comportamentalistas dominaram as publicações sobre empreendedorismo e buscaram definir o empreendedor com base em suas características. Dos estudos resultaram características ainda hoje atribuídas aos empreendedores como: otimismo, necessidade de realização, autoconfiança, persistência, propensão ao risco, criatividade, flexibilidade, habilidade de relacionamento, habilidade na utilização de recursos e senso de oportunidade (BERNADI, 2011; DORNELAS, 2008; FILION, 1999).

Entretanto, não é plausível restringir o empreendedorismo a apenas um punhado de traços ou características. Gartner (1989) afirma que o foco para entender o empreendedorismo não deve estar apenas nas características do indivíduo, mas sim em todo o processo. Afinal, trata-se de um processo que devido a sua complexidade é influenciado por diversos fatores.

Por fim, conforme supracitado, a visão econômica teve origem ainda nas definições propostas por Cantillon e Say, nos séculos XVIII e XIX, onde o empreendedorismo corresponde a uma resposta para *inputs* econômicos. Enquanto para Cantillon o empreendedorismo estava na troca de produtos e no risco relacionado, Say traz uma visão onde o desenvolvimento desenha-se como um produto da criação de novos empreendimentos. Complementando a corrente econômica, Schumpeter mostra a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, além de associá-lo à inovação (FILION, 1999).

A definição de Schumpeter para empresário inovador o coloca como peça central do sistema econômico circular proposto pelo autor que tem sua base na mudança e inovação. Schumpeter(1994) chama de empreendedores aqueles cuja função é a realização de combinações novas, um agente efetivo da mudança e, vale o destaque, não necessariamente proprietário da empresa. O autor também destaca a diferença entre o empreendedor e o administrador de um negócio já estabelecido, chamado de empresário.

2.3 Tipologias Sobre os Motivadores do Empreendedorismo

A escolha dos trabalhos que compõem esta seção se deu de forma semelhante ao processo desenvolvido na pesquisa sobre o Estado da Arte em Motivação Empreendedora (item 2.4). As pesquisas foram realizadas entre os meses de abril e maio e as bases de busca utilizadas foram o portal de Periódicos CAPES/MEC, Emerald Journals, Scielo, PROQUEST, Spell e Google Acadêmico. Também foram incluídas na pesquisa bases de dissertações de mestrado disponibilizadas por Universidade como UnB, USP e UFRGS.

Devido a sua importância para os estudos sobre empreendedorismo no Brasil, a publicação Empreendedorismo no Brasil (GEM) também foi incluída nessa seção. Cabe frisar que a escolha do Relatório Executivo referente ao ano de 2013 ocorreu devido a esse ser o último a definir de forma clara sua classificação para os diferentes tipos de empreendedores considerados pela pesquisa.

Após a fase inicial de seleção e filtragem, cinco tipologias diferentes sobre motivadores do empreendedorismo foram selecionadas. Posteriormente, as tipologias foram agrupadas conforme suas semelhanças (Quadro 1) originando sete grupos temáticos. Tal solução foi adotada com o objetivo de facilitar a classificação dos empreendedores objeto desse estudo entre as diferentes tipologias escolhidas.

Os grupos temáticos de motivação empreendedora propostos são: (1) Por independência; (2) Ideia; (3) Oportunidade; (4) Necessidade; (5) Status; (6) Objetivo; e (7) Não-Relacionadas, grupo composto por dois fatores sem aglomeração específica.

Por Independência	
Desejo de Autonomia Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002)	Necessidade de independência Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2012)
Ideia	
Uma Ideia Específica de Negócio Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994)	Fator Pull Kirkwood (2009)
Oportunidade	
Empreendedores por Oportunidade GEM (2013)	Ambiente de Negócios Relevante Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994)

Necessidade	
Empreendedores por Necessidade GEM (2013)	Fatores Push Kirkwood (2009)
Status	
Desejo de Poder e Status Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002)	Necessidade de competição Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2012)
Objetivo	
O Objetivo do Empreendedor Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994)	Necessidade de realização Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2012)
Desejo de Realização Individual Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002)	
Não-Relacionadas	
Características Pessoais do Empreendedor Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994)	O Ambiente Pessoal do Indivíduo Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994)

Quadro 1 – Agrupamento de tipologias por semelhança.

Fonte: Elaborado pelo autor.

2.3.1 Tipologia Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo

Sob a justificativa que a criação de novos negócios aumenta o dinamismo da economia e gera empregos, Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2012) investigam o perfil motivador de 101 empreendedores fundadores de empresas. Para os autores do estudo a formação de um negócio representa uma decisão baseada ao mesmo tempo em objetivos pessoais e subjetivos, além do ambiente onde o indivíduo está inserido.

Dentre os fatores motivadores para o empreendedorismo, são estabelecidas três necessidades, ou motivos: (1) necessidade de realização; (2) necessidade de competição; e (3) necessidade de independência.

1. **Necessidade de realização:** corresponde a um forte desejo de fazer as coisas bem ou melhor do que outros, empreendedores por realização gostam de tomar para si as responsabilidades e preferem um feedback específico e rápido sobre suas ações;

2. **Necessidade de competição:** se refere ao desejo de uma pessoa em aprender e obter proveitos após a compreensão do ambiente físico e social em que está inserido;
3. **Necessidade de independência:** diz respeito a um traço psicológico que muitos estudos empíricos determinam como uma característica de empresários que aumenta a atividade empreendedorismo.

A análise ocorre sem a exclusão de outros fatores também considerados importantes, dentre eles, a necessidade de poder, tendências para inovação, a vontade de assumir riscos e pró-atividade ou persistência.

Entre os resultados acadêmicos e práticos apresentados está a conclusão que fatores como a vontade de ser o próprio chefe ou ganhar dinheiro não são razões suficientes para se iniciar um negócio. Além disso, a motivação que move os empreendedores a criar novos negócios, associada com seu talento para o negócio e seu compromisso com a ideia, são fundamentais para o sucesso do processo.

2.3.2 Tipologia Kirkwood

Sob o argumento da adequação da teoria de motivação empreendedora nas categorias *pull* e *push*, Kirkwood (2009) conduz um estudo exploratório com 75 empreendedores (28 mulheres e 47 homens) aplicando a teoria de fatores *push-pull* e também utilizando uma abordagem comparativa de gêneros objetivando explorar a natureza das diferenças de gênero dentro das motivações empreendedoras.

Diversos motivadores podem transformar uma pessoa em um empreendedor, sendo a forma primária de classificação dos motivadores as categorias: (1) *Push* e (2) *Pull*:

1. **Fatores *Push*:** muitas vezes possuem conotações negativas e são caracterizados por fatores externos ou pessoais, tais como a insatisfação com o trabalho atual, questões relacionadas aos filhos ou mudanças no mercado de trabalho;
2. **Fatores *Pull*:** são aqueles que atraem de alguma forma as pessoas para iniciar seu próprio negócio - como a visualização de uma oportunidade, a busca por independência ou por desafios.

Ao final da pesquisa pode-se constatar que uma combinação semelhante de fatores exerce influência sobre ambos os gêneros, exceto o fator “filhos” que exerceu maior influência sobre as mulheres e a insatisfação com o trabalho que motivou mais homens a iniciar o próprio negócio.

2.3.3 Tipologia GEM

O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) tem como objetivo “compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países” (GEM, 2015, p. 7). A pesquisa é conduzida no Brasil pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) com apoio técnico do SEBRAE.

O projeto é uma parceria, iniciada em 1999, entre a *London Business School* e o *Babson College*. Atualmente o projeto constitui o maior estudo sobre o empreendedorismo sendo realizado no mundo todo e contando com quase 100 países associados.

O relatório GEM (2013), em sua metodologia de pesquisa, diferencia a motivação para a atividade empreendedora entre empreendedores por (1) necessidade e (2) empreendedores por oportunidade.

1. **Empreendedores por necessidade:** “são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias” (GEM, 2013, p. 4).
2. **Empreendedores por oportunidade:** são definidos como aqueles que, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda, identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender.

2.3.4 Tipologia Laufer

Como resultado de uma pesquisa realizada entre empreendedores franceses, Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002) elenca três motivações, resultante da união dos fatores pessoais e profissionais vividas no começo da carreira profissional, para

a ação empreendedora: (1) desejo de autonomia; (2) desejo de realização individual; e (3) desejo de poder e status.

1. **Desejo por autonomia:** pode ser observado predominantemente naqueles empreendedores que por algum motivo experimentaram, no meio familiar e profissional, um elevado grau de subordinação;
2. **Desejo de realização individual:** predomina naqueles que enfrentaram no início da carreira profissional barreiras à sua criatividade e ao livre desenvolvimento de ideias;
3. **Desejo de poder e status:** ocorre naqueles cujas aspirações sociais e profissionais foram negadas e cujas esperanças de promoção também foram frustradas.

A pesquisa realizada com 60 empreendedores posteriormente também classifica os indivíduos em três categorias distintas baseadas na motivação dominante: empresários inovadores; empreendedores-proprietários e empreendedores técnicos.

2.3.5 Tipologia Naffziger, Hornsby e Kuratko

Integrando teorias sobre motivação com a literatura envolvendo a criação de empreendimentos, Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994) propõem um modelo que descreve os fatores que afetam a criação de empresas, sua implementação estratégica e a decisão de empreender.

Trata-se de um modelo a ser testado, já que faz várias proposições em busca da ampliação do conhecimento sobre a experiência de possuir uma empresa e pesquisadores são convidados pelos autores a desenvolver hipótese e metodologias para testar os diversos componentes do modelo.

O modelo proposto busca responder por quais motivos as pessoas abrem uma empresa e como eles se diferem daquelas que não o fazem, ou não são bem-sucedidos. São estabelecidas as seguintes categorias de variáveis envolvidas na decisão de empreender: (1) as características pessoais de um empreendedor; (2) ambiente pessoal do indivíduo; (3) o ambiente de negócios relevantes; (4) a ideia de um negócio específico; e (5) os objetivos do empreendedor.

1. **Características pessoais de um empreendedor:** informa que grande parte das pesquisas estão focadas características individuais relacionadas com o empreendedorismo. Dentre as variáveis analisadas inclui-se o nível de energia, conformidade e necessidade de autonomia, desejo de controle pessoal, e o desejo de construir algo próprio;
2. **Ambiente pessoal do indivíduo:** corresponde as características pessoais tais como a situação familiar, gênero ou crescer em uma família empreendedora;
3. **Ambiente de negócios relevantes:** ocorre quando o empreendedor cria uma empresa para usufruir e competir em um ambiente empresarial;
4. **Ideia de um negócio específico:** ocorre quando a motivação para empreender parte da visualização uma potencial oportunidade;
5. **Objetivos do empreendedor:** o empresário, no momento de criação do negócio, possui um conjunto de metas que pretende atingir.

Além disso, o indivíduo acaba realizando comparações entre as expectativas pessoais e os prováveis resultados. Por fim, após analisar toda a situação, ou ao menos todas as informações disponíveis, o empreendedor irá decidir se prossegue com o processo ou engaveta os planos traçados.

2.4 Estado da Arte em Motivação Empreendedora

Esta seção do trabalho busca estabelecer um panorama para a produção recente relacionada a motivação empreendedora. Para atingir esse objetivo foram selecionados trabalhos e artigos disponíveis na base de periódicos disponibilizada no portal de Periódicos CAPES/MEC, *Esmerald Journals*, Scielo, PROQUEST e *Spell*, além do Google Acadêmico. Além das conceituadas bases para pesquisa, foi estabelecido como critério para a seleção produções publicadas a partir de 2001, abrangendo desta forma os últimos quinze anos de produção sobre o tema.

Inicialmente foram pesquisadas produções estritamente sobre motivação empreendedora, além de suas traduções em inglês. Posteriormente também foram utilizados termos independentes ou combinações-chave para a realização levantamento. Neste momento foram utilizados termos como “empreendedorismo”,

“empreendedor”, “motivação”, “motivo”, “empreender”, “causa”, “empreendedorismo”. É relevante destacar que em algumas bases também foi utilizado o recurso de pesquisa avançada, filtrando as buscas por palavras-chave. Tal alternativa foi utilizada objetivando-se restringir ainda mais a pesquisa e elevar a qualidade dos resultados. Os trabalhos selecionados foram classificados entre Publicações Nacionais e Publicações Internacionais.

2.4.1 Publicações Nacionais

Baseando-se na abordagem proposta pelo GEM, Bulgacov et al. (2011) buscam entender as características e condições da atividade empreendedora realizada pelos jovens. Dentre os questionamentos levantados pelos autores está se tais indivíduos empreendem por oportunidade ou necessidade.

Ao final do trabalho, constata-se que a elevada taxa apontada pelo GEM em 2008 não corresponde a um fator positivo da posição social, econômica e cultural. Na realidade, esse empreendedorismo está associado às condições de um trabalho precário e da flexibilização do trabalho onde o jovem precisa “buscar no mercado de trabalho alternativas para sua sobrevivência e até de sua família, além de recursos para sua formação” (BULGACOV et al., 2011, p.717).

Incorporando visões usualmente distintas, Vale et al. (2014) analisam os motivos para a criação de novos empreendimentos. A pesquisa qualitativa, associada a uma quantitativa, realizada pelos autores analisa visões geralmente tratadas separadamente na literatura: uma visão centrada em oportunidade e necessidade; outra visão baseada na noção de motivações múltiplas e, eventualmente, interdependentes.

Ao final, a pesquisa realizada com cerca de 50% empreendedores do setor industrial de Belo Horizonte, foi possível observar que oportunidade e necessidade não abarcam o conjunto de motivação para a criação de uma empresa. Os motivos para a criação de um empreendimento ultrapassam a lógica binária proposta pelo GEM, incluindo: oportunidade, atributos pessoais, mercado de trabalho, insatisfação com emprego, família e influência externa.

Os empreendedores do setor industrial de Belo Horizonte também são objetos de uma pesquisa amostral de natureza quantitativa, complementada por informações qualitativas, realizada por Vale (2014). A autora traz uma abordagem que analisa o estrato social de origem de empreendedores e como as classes sociais influenciaram a motivação para a criação de empreendimentos. Observou-se que quanto mais baixo o estrato sócio ocupacional do indivíduo, maior é a possibilidade de ascensão social, além de “o empreendedorismo não parece ser, inicialmente, muito procurado ou valorizado como uma primeira opção de carreira e profissão” (VALE, 2014, p. 319).

Vicenzi e Bulgacov (2013) tem como objetivo compreender os fatores motivadores que influenciaram ações empreendedoras estratégicas de pequenos empresários. A pesquisa descritiva foi realizada com 100 empreendedores de pequeno porte da região sul do Brasil.

Dentre as características demonstradas pelos empreendedores estão os fatores motivadores na decisão de abrir um negócio; os fatores motivadores na decisão de mudar o negócio. Segundo os dados obtidos, os fatores que mais contribuíram na decisão de abrir o negócio foram: oportunidade no mercado (18,8%), realização profissional (16,5%) e desejo de independência (15,8%). Mais uma vez é possível observar fatores motivadores associados a divisão proposta pelo relatório GEM.

Utilizando-se de entrevistas semiestruturadas como meio de coleta de dados, Boaventura e Melo (2012) buscam, entre outros objetivos, verificar quais as principais motivações para a abertura do negócio. Os cinco jovens entrevistados abriram seus negócios há menos de cinco anos no setor da moda e a pesquisa ocorre no município de Belo Horizonte. Além do grande peso atribuído a área de formação dos entrevistados, o estudo aponta como principais fatores para o início do negócio o apoio recebido de amigos e familiares e o desejo de trabalhar com moda.

Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009) analisam a percepção de 16 jovens empreendedores de classe média sobre os fatores determinantes de sua cultura empreendedora. Realizada em Cuiabá (Mato Grosso), a pesquisa conclui que os modelos de influência, sendo a família o maior deles, são de “grande importância para explicar os comportamentos empreendedores” (LIMA-FILHO; SPROESSER; MARTINS, 2009, p. 267). Além disso, para os entrevistados, a motivação para o empreendedorismo está em trabalhar para ascender socialmente e desfrutar de uma melhor qualidade de vida e reconhecimento social.

Mais uma vez a relevância da formação acadêmica do empreendedor é levantada, entretanto fica claro que, apesar da relevância da educação formal, o estímulo proporcionado por um ambiente familiar empreendedor é fundamental para o desenvolvimento do espírito empreendedor.

Por meio de uma pesquisa exploratória realizada com 90 empreendedoras no Brasil, Canadá e França, Machado et al. (2003) analisam a criação de empresas por mulheres. O estudo se destaca de outras produções por abordar pontos como a relação entre experiências anteriores profissionais e o ramo de atuação da empresa estabelecida pelas entrevistadas. Também é identificada uma nova categoria de empreendedoras formada por indivíduos com ampla experiência de mercado (mais de 20 anos) “forçadas” a exercer a atividade empreendedora. Dentre as razões para se criar um negócio, a realização pessoal correspondeu ao fator mais forte, seguida da visão de oportunidade e a insatisfação com o trabalho.

Com o objetivo de analisar o perfil e as motivações dos empreendedores jovens em Aracaju (Sergipe), Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) promovem uma pesquisa com 27 empreendedores, entre 18 e 34 anos. Baseando-se na classificação dicotômica Oportunidade ou Necessidade, foi possível perceber uma predominância dos fatores relacionados a oportunidades na decisão de criação dos empreendimentos. Os resultados indicaram que, além de fatores como a identificação de uma oportunidade e o desejo de independência obterem uma frequência significativa, a maioria dos indivíduos da amostra pesquisada criou seus negócios por realização profissional.

2.4.2 Publicações Internacionais

Por meio de entrevistas semiestruturadas, o trabalho desenvolvido por Knight (2015) objetiva compreender as motivações e dinâmicas de 39 imigrantes poloneses estabelecidos no Reino Unido. O artigo mostra que os empreendedores entrevistados demonstram possuir as mais diversas razões para abrir seus negócios e que existe certa possibilidade de mudança de motivação com o passar do tempo. Os resultados também demonstram a dificuldade em se restringir o empreendedorismo a fatores econômicos e culturais ou necessidade e oportunidade.

Segundo Taormina e Lao (2007), debates realizados na literatura sobre empreendedorismo concentram-se em determinar se o foco dos estudos sobre motivação empreendedora deveria estar em variáveis psicológicas ou fatores externos.

Buscando examinar a influência exercida pelos dois tipos de variáveis, os pesquisadores promoveram uma pesquisa com 337 chineses, classificados em três diferentes grupos: indivíduos que não querem começar um negócio; indivíduos planejando abrir um negócio; e empreendedores de negócios de sucesso.

Ao final do trabalho foi constatado que, assim como as variáveis psicológicas, os fatores externos também possibilitam analisar a motivação empresarial. Os resultados também indicaram que as características psicológicas exercem grande influência nos empreendedores em potencial, enquanto para os empreendedores já estabelecidos é o ambiente empresarial favorável que exerce a maior influência.

Em uma pesquisa aplicada a 599 empreendedores africanos de três países diferentes (Quênia, Gana e Nigéria), Benzing e Chu (2009) estabeleceram como objetivo principal examinar a motivação para a abertura de pequenos negócios pelos indivíduos. Além da comparação entre países, também foi realizada uma comparação entre a motivação para os gêneros dos empreendedores.

O estudo pôde verificar como a oportunidade de aumento de renda proporcionada pelo empreendedorismo representou o motivador mais forte para os três países pesquisados. Outro apontamento bastante interessante da pesquisa se refere a indicação de que fatores como aprovação de terceiros e o legado das atividades executadas são menos relevantes para as empreendedoras.

Utilizando uma amostra de dez empreendedores malaios, Ahmad et al. (2014) buscam sondar a motivação para o empreendedorismo para empreendedores com mais de quarenta anos. Para alcançar o objetivo proposto os pesquisadores realizaram entrevistas que posteriormente permitiram classificar os empreendedores entre relutantes, racionais e forçados.

Como resultado foi possível categorizar os empreendedores entrevistados como do tipo racional. São indivíduos que possuem como motivador principal para a atividade empreendedora fatores como aumento da renda, estabilidade financeira e familiar e a progressão de carreira.

Com o objetivo de traçar o papel da cultura como motivação para o comportamento empreendedor feminino na Mongólia, a pesquisa conduzida Aramand

(2013) conclui que a necessidade de realização representa o maior papel motivador para mulheres se tornarem empreendedoras. As fundadoras das empresas possuíam metas pessoais para atingir com a abertura do negócio nos dois casos estudados.

Outros fatores são apontados como influenciadores da motivação, tais como a cultura nacional forte, coesa e de orientação familiar do país. Ao final também é destacado que o fator cultural não pode ser desconsiderado ou tratado de maneira independente em estudos conduzidos sobre motivação empreendedora.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Este capítulo busca descrever os procedimentos metodológicos adotados na execução da pesquisa objetivo desse trabalho. Os trabalhos utilizados como base foram selecionados buscando estabelecer as melhores técnicas de coleta e análise das evidências futuramente encontradas. Os temas são abordados na seguinte ordem: tipo e descrição geral da pesquisa; caracterização da organização, setor ou área; população e amostra; e caracterização dos instrumentos de pesquisa.

3.1 Tipo e Descrição Geral da Pesquisa

Trata-se de uma pesquisa **descritiva** quanto à sua finalidade, e **qualitativa** quanto à sua abordagem, que busca esclarecer aspectos do empreendedorismo promovido por indivíduos fora da faixa etária geralmente mais ativa para se iniciar um novo empreendimento, geralmente entre 18 e 35 anos (GEM, 2015). A pesquisa descritiva permite ao pesquisador expor características de uma população, ou fenômeno. Trata-se de um tipo de pesquisa que não busca explicar os fenômenos analisados, apesar de servir de base para sua explicação (GIL, 2002; VERGARA, 1998). Sua preocupação principal está em “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos” (GIL, 2002, p. 42) e, para atingir tal objetivo, utiliza-se de técnicas padronizadas para a coleta de dados, como, por exemplo, questionários (GIL, 2002).

Por se tratar de um estudo de natureza qualitativa, em que a generalização dos resultados não o principal objetivo, mas sim a compreensão, caracterização e interpretação do fenômeno no grupo específico analisado, foi dispensada a utilização de procedimentos sistemáticos para a seleção dos entrevistados, assim sendo, não é possível determinar o grau de representatividade da amostra em relação à população (MOURA; FERREIRA, 2005).

3.2 Caracterização da Organização, Setor ou Área

Para preservar as empresas, e também buscando uma maior liberdade para os entrevistados expressarem suas opiniões e sentimentos, optou-se por omitir informações que possibilitassem a identificação dos mesmos. Por essa razão os entrevistados são designados por indivíduos: indivíduo A, indivíduo B, indivíduo C, indivíduo D, indivíduo E, indivíduo F e indivíduo G.

O indivíduo A corresponde a uma loja de artigos de informática como duas unidades, a primeira aberta no Gama há 18 anos e a segunda localizada em Santa Maria. Além dos dois sócios donos do negócio, a equipe é composta por um funcionário. O empreendimento é definido como uma microempresa pela entrevistada e atende, em geral, os residentes nas duas cidades. A entrevistada informa ter aberto o negócio aos cinquenta anos.

O indivíduo B trata-se de uma loja hoje voltada para o segmento de moda country, após mudarem o público alvo do negócio. A entrevistada administra a pequena loja juntamente com esposo e sócio no negócio. O empreendimento também está localizado no Gama e quando inaugurado trabalhava com artigos de couro. A empresária, hoje com sessenta anos, afirma ter inaugurado o empreendimento há oito anos.

O indivíduo C, também estabelecido no Gama, trata-se de uma loja de variedades (itens escolares, semi joias, artigos para o lar, entre outros) que foi aberta pelo entrevistado aos 42 anos de idade, dezoito anos atrás. A clientela é composta especialmente por moradores da região e senhoras como mais de quarenta anos.

O indivíduo D, o último localizado no Gama, corresponde a um negócio formado por três sócias da mesma família. A empreendedora entrevistada tinha 64 anos quando as atividades da empresa foram iniciadas (seis anos atrás). Inicialmente, conforme relatado, a loja vendia apenas produtos de sacaria e, após sugestão da entrevistada, também foram incluídos produtos de armário. Para ela os clientes atendidos pelo negócio compõem um grupo bastante amplo, de todas as idades.

O indivíduo E, localizado na Asa Sul, trata-se de uma empresa de assessoria financeira que possui hoje apenas um dos três sócios iniciais, a outra sócia atual é a esposa do empreendedor. O entrevistado tornou-se dono do negócio em 2005, quando tinha 44 anos. Como objetivo do negócio pode-se definir a otimização das

aplicações financeiras, mercados de bolsa e fundos de investimento, por exemplo, dos clientes.

O indivíduo F pode ser descrito como um ambiente gastronômico localizado em Águas Claras. No local são oferecidos diversos produtos alimentícios (pizzaria, restaurante, padaria, entre outros). O negócio foi inaugurado pelo entrevistado este ano, aos 62 anos de idade. Os clientes, em sua maioria, são compostos por famílias de classe média e média-alta da região.

A empresa de propriedade do indivíduo G começou suas atividades em 2012, quando o entrevistado tinha 48 anos. A empresa foi criada com o objetivo de atuar na área de qualificação e capacitação de funcionários e correspondentes de Instituições Financeiras, além de prestar serviços de consultoria em gestão empresarial. Em sua maioria, os clientes são compostos por outras empresas, exceto aquelas pessoas que contratam um dos cursos preparatórios para certificação oferecidos na modalidade online.

3.3 População e Amostra

A seleção de sete empreendedores foi escolhida por acessibilidade e, apesar da dificuldade em se determinar um número ideal de sujeitos, entende-se que o número explorado é suficiente para esclarecer as indagações que motivaram o desenvolvimento do presente trabalho.

Vale ressaltar que a amostragem por acessibilidade não possui qualquer método estatístico e corresponde ao tipo de amostragem menos rigoroso (GIL, 2012), impossibilitando a generalização dos resultados obtidos pelo pesquisador.

Como norma para a seleção dos entrevistados foi estabelecida a idade mínima de 40 anos de idade para o início do negócio, conforme critério adotado por Ahmad et al. (2014) que designou como empreendedor tardio indivíduos que iniciaram um negócio depois dos 40 anos.

3.4 Caracterização dos Instrumentos de Pesquisa

A entrevista pode ser definida como uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada pelas ciências sociais e pode ser definida como “uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e outra se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2012, p. 109). Para este trabalho a técnica de coleta escolhida foi a entrevista semiestruturada.

A entrevista corresponde a um formato relativamente flexível e aberto que fornece informações detalhadas sobre os tópicos analisados e que também permite incluir outras questões durante sua execução, buscando aprimorar os pontos mais relevantes (MOURA; FERREIRA, 2005). Segundo Gil (2012), por sua flexibilidade, a entrevista é adotada como “técnica fundamental de investigação nos mais diversos campos” (GIL, 2012, p. 109), tendo contribuído de maneira significativa nas últimas décadas para o desenvolvimento das Ciências Sociais.

A entrevista semiestruturada, por sua vez, corresponde a um modelo intermediário de condução que, mesmo existindo um roteiro de perguntas elaborado previamente, permite ao entrevistador acrescentar novas perguntas que possam enriquecer o estudo (MOURA; FERREIRA, 2005).

O roteiro elaborado como guia para a condução das entrevistas é composto por cinco blocos de perguntas: Informações sobre o Empreendedor; Informações sobre a Empresa; Família; Traçando o Perfil; e Histórico Profissional.

Os questionamentos referentes aos dois primeiros blocos tinham como objetivo a identificação dos entrevistados, o estabelecimento de algumas características técnicas do negócio e, principalmente, a confirmação que o entrevistado atendia aos requisitos necessários para a o prosseguimento da conversa (ter aberto a empresa após os quarenta anos de idade).

A partir do terceiro bloco (Família) tem início a busca pelo estabelecimento dos possíveis influenciadores da decisão pela abertura da empresa, nesse caso mais especificamente motivos de caráter pessoal ou familiar. São situações responsáveis pela existência de um ambiente familiar favorável ao empreendedorismo e que podem ser bastante anteriores a abertura da empresa.

O quarto bloco, relativo ao perfil dos entrevistados, é o mais extenso. As perguntas aplicadas buscam estabelecer situações responsáveis por principiar o processo empreendedor e também avaliar aspectos referentes a satisfação dos empresários. Os entrevistados também foram indagados sobre dificuldades e vantagens trazidas quando se gerencia o próprio negócio.

Por fim, os questionamentos relativos as atividades profissionais anteriores tiveram como objetivo investigar como tais experiências contribuíram para o estabelecimento dos empreendimentos e também se as atividades exercidas no comando do próprio negócio são mais prazerosas que aquelas praticadas quando os entrevistados eram apenas empregados em outras instituições.

3.5 Procedimentos de Coleta e de Análise de Dados

A realização das entrevistas presenciais ocorreu em quatro etapas: apresentação pessoal do entrevistador; explicação do objetivo da pesquisa; conversação; e agradecimento por parte do entrevistador. As entrevistas ocorreram nos meses de agosto e setembro e duraram entre aproximadamente doze e quarenta minutos.

O método de análise utilizado foi a análise de conteúdo, sendo todas as entrevistas gravadas para facilitar a realização posterior da interpretação e transcrição. Além da gravação das entrevistas, autorizadas previamente pelos entrevistados, o pesquisador também tomou pequenas notas durante a condução dos procedimentos quando julgou necessário.

Após a realização das entrevistas, foram executadas as transcrições das mesmas. Tal etapa, ao exigir uma maior atenção aos detalhes presentes nos relatos dos entrevistados, permitiu uma compreensão mais profunda e detalhada das especificidades de cada relato. Apenas dessa maneira, a partir do estudo dos relatos, foi possível executar de maneira satisfatória a análise das evidências.

As categorias, nesse trabalho estabelecidas *a priori*, tem como objetivo reunir em um mesmo grupo elementos que possuam características comuns, fornecendo dessa forma uma representação simplificada, e sob um título genérico, que possibilite

a identificação dos elementos que compõem o novo grupo. Cabe ressaltar que no momento de criação das categorias deve-se obedecer a alguns critérios, como: a exclusão mútua, homogeneidade dos componentes e a pertinência do agrupamento (BARDIN, 1977).

Seis categorias foram estabelecidas tendo como base as características indicadas pelas cinco tipologias sobre motivadores do empreendedorismo selecionadas: Contexto Familiar, Fatores Antecedentes, Realidade da Atividade Profissional, Satisfação, Realização e Histórico Profissional. Tal agrupamento buscou facilitar a apresentação dos resultados e análise das evidências.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo são apresentados os resultados das entrevistas realizadas com os sete empreendedores tardios do Distrito Federal, descritos como indivíduos A, B, C, D, E, F e G. Após tal apresentação é realizada uma análise dos resultados para então classificá-los conforme as características observadas pelo pesquisador.

Tanto as apresentações como as análises são realizadas por categorias específicas estabelecidas com o objetivo de facilitar tais procedimentos. Esse capítulo é composto por duas seções principais: Resultados por categoria e Análise por categoria, ambas subdivididas conforme as seis categorias estabelecidas.

4.1 Resultados por Categoria

4.1.1 Categoria I – Contexto Familiar

As perguntas relacionadas ao contexto familiar buscaram analisar como o ambiente familiar dos entrevistados exerceu influência sobre a decisão de abrir um negócio próprio. Inicialmente foi indagado se os entrevistados possuíam exemplos de empreendedores na família e, caso positivo, se tal fato foi relevante para o estabelecimento do desejo de empreender. A maioria dos entrevistados relatou não possuir qualquer relação com o empreendedorismo na família durante a juventude, ou infância, sendo o indivíduo E a única exceção.

A experiência vivida pelo indivíduo C, que relatou vivências durante a infância que influenciaram o desejo de possuir o próprio negócio, não ocorreram no ambiente familiar. O indivíduo E comentou sobre um certo tio, dono de um negócio relacionado a indústria de calçados, entretanto destacou acreditar que tal fato não tenha exercido qualquer influência sobre o seu desejo empreendedor, desejo que aflorou apenas em idade adulta.

O apoio familiar para a abertura do negócio foi unânime entre aqueles que consultaram os familiares antes de abrirem as empresas, apesar das diferentes formas que o assunto foi abordado dentro do contexto familiar. O indivíduo B, por

exemplo, afirma ter obtido o apoio familiar, apesar de ter levantado o assunto apenas de forma informativa, pois a abertura do negócio era um desejo pessoal antigo dela.

Outros indivíduos, por outro lado, não sentiram necessidade, ou não puderam consultar a família sobre a abertura do negócio.

Enquanto o indivíduo D relata ter consultado os familiares em busca de aprovação, recebendo total apoio. O indivíduo C comenta ter optado por ocultar dos familiares a sua intenção de abrir um negócio próprio por receio de censuras ou comentários negativos à ideia (os familiares só foram informados quando o negócio estava pronto para ser iniciado).

O indivíduo A também não consultou parentes sobre a decisão. Segundo o relato, ela não possuía nenhum familiar na região (a entrevistada é originária do Ceará) para ser consultado e seus filhos, ainda menores de idade, estavam justamente entre os motivos para a abertura do negócio.

Quanto a relevância da família na decisão final, ocorre uma divisão mais equilibrada. Quatro indivíduos diminuíram a importância da família no processo de decisão de abrir o negócio próprio.

Enquanto o indivíduo A, por exemplo, afirma ter sido a necessidade de prover emprego ao filho, associado a aposentadoria da entrevistada, o motivo que levou a abertura do negócio: “[...] veio essa empresa em função do meu filho, tinha 17. O que esse menino vai fazer depois de 17? Então eu falei: vamos montar uma empresa e depois você faz concurso, cuida da sua vida [...]”. Outros indivíduos admitem que a opção por empreender foi algo próprio sem qualquer influência familiar (indivíduo B).

Vale ressaltar que mesmo aqueles que no item anterior não consultaram seus familiares (indivíduos A e C), relataram terem considerado o bem-estar deles quando decidiram abrir um empreendimento.

Ao final pôde-se observar que quatro dos entrevistados não concordaram em apontar o bem-estar familiar como algo de grande relevância para a decisão final (indivíduos B, C, D, E). Mesmo que a família tenha sido considerada na decisão, no indivíduo D até mesmo consultada, a família, por diferentes motivos, não estava entre os fatores mais relevantes para esses entrevistados.

Os entrevistados também foram questionados sobre a participação de membros da família no dia a dia da empresa. Cinco indivíduos possuem, ou já possuíram, membros da família de alguma forma envolvidos no negócio.

Os indivíduos A e C, por exemplo, informaram que, desde a criação da empresa, em diferentes momentos puderam contar com a ajuda dos filhos na condução do negócio, mesmo que de maneira informal. Enquanto hoje o indivíduo C recebe auxílio esporádico de uma das filhas, o indivíduo A teve o filho mais velho alçado à condição de sócio formal do empreendimento.

O indivíduo D, composto por três sócias da mesma família, afirmou receber um apoio bem pontual do irmão da entrevistada e marido de uma das sócias.

O indivíduo E, por sua vez, afirmou em seu relato possuir como sócia do empreendimento a própria esposa, apesar da mesma não desempenhar nenhuma atividade na empresa.

Por fim, o indivíduo G informou que no momento não possui nenhum familiar envolvido no negócio, entretanto no passado já possuiu parentes no quadro de funcionários da empresa.

4.1.2 Categoria II – Fatores Antecedentes

Os fatores antecedentes a abertura do negócio também foram analisados nas entrevistas. Os entrevistados foram questionados sobre as razões que contribuíram para a abertura da empresa, como definiram o ramo de atuação e em que momento teve início o desejo por possuir um negócio próprio. Três dos indivíduos afirmaram que o desejo de ser empreendedor já era latente anos antes de iniciarem seus negócios, apesar de não poderem definir o momento exato que tal desejo teve início (indivíduos B, C e G). O indivíduo F afirma que tal desejo teve início aos dezoito anos de idade e o indivíduo E ainda na adolescência: “[...] o sonho de ter um negócio, nessa linha de consultoria, eu sempre alimentei. Desde o tempo que eu era office boy [...]”.

Vale destacar as observações relacionadas aos indivíduos A e D, indivíduos com um nível de energia bastante elevado apesar da idade, que relataram que a opção por abrir um negócio próprio surgiu somente após a aposentadoria, dentre outros motivos, como opção de ocupação do tempo livre agora disponível.

Diversos motivos foram levantados pelos entrevistados quando questionados sobre a razão de abrirem um negócio após os quarenta anos de idade. Quatro

indivíduos estão relacionados a aposentadoria, ou perspectiva de aposentadoria, dos entrevistados.

O indivíduo A, por exemplo, que abriu seu comércio após se aposentar, indicou a necessidade de gerar emprego para o filho mais velho, na época da abertura do negócio com dezessete anos, como principal motivo para a abertura do negócio. O indivíduo D, por sua vez, chega a comparar o trabalho pós-aposentadoria como um hobby: *“Isso aqui é um hobby, como eu falei, não é assim tanto benefício. Porque tem meses a gente não recebe um centavo aqui.”* O indivíduo C também abriu sua loja após a aposentadoria, entretanto trata-se de opção para continuar trabalhando e ao mesmo tempo satisfazer um desejo antigo de trabalhar com o comércio.

O indivíduo G, por outro lado, buscava manter seu nível de renda após a potencial aposentadoria pois não considerava que seria possível manter o padrão de vida que ele e sua família estava acostumados.

Para os outros indivíduos (E e B, respectivamente) a possibilidade de ganhos financeiros maiores e o casamento (e conseqüente mudança de cidade), foram apontados como principais motivações para o empreendedorismo.

Cabe destacar que nem todos os entrevistados conseguiram indicar um motivo principal, ou situação, que tenha agido como gatilho para a abertura do negócio.

O indivíduo F relata ter sido empresário por quarenta anos. O negócio atual é tratado apenas como uma consequência das atividades desempenhadas anteriormente que o permitiram, no decorrer da vida, trabalhar e gerar renda para a sua sobrevivência.

Quanto ao setor de atuação dos empreendimentos, cinco dos empresários (indivíduos C, D, E, F e G) escolheram a área de atuação das suas empresas por familiaridade com os produtos, ou serviços, que seriam comercializados, mesmo que não tenham trabalhado diretamente com a comercialização do produto anteriormente, como o indivíduo D, por exemplo.

Os indivíduos E e G, a título de exemplo, dentre serviços que prestam hoje em suas empresas, pode-se destacar consultorias para instituições financeiras semelhantes aquelas em que trabalharam durante boa parte da vida profissional.

As exceções são os indivíduos A e B. O primeiro escolheu o ramo de atuação por identificar uma demanda latente na região pelos produtos que seriam comercializados na região onde a primeira loja foi instalada: *“[...] eu comprava cartuchos lá na W3. Então vamos montar uma lojinha de informática com 30 itens.*

Pouquinho, só para, né, ir suprindo aqui essa comunidade do Gama. E ficamos até hoje. ”. O indivíduo B relatou ter mudado o tipo de produto comercializado após as perdas enfrentadas devido a produtos falsificados vendidos por concorrentes ilegais.

4.1.3 Categoria III – Realidade da Atividade Profissional

A análise sobre aspectos cotidianos relacionados a rotina empresarial também foi realizada. Os entrevistados responderam questões sobre planos para expansão do negócio, dificuldades enfrentadas para a implementação da empresa e os benefícios trazidos pela atividade empresarial.

Em comum pode-se destacar os indivíduos A e D que consideram a atividade empresarial como uma ocupação para preencher o tempo após a aposentadoria. Ambas as entrevistadas preferiram o empreendedorismo a permanecerem em suas casas, segundo o relato de ambas. Vale destacar que o indivíduo A também percebe o negócio que possui como uma segurança financeira para que os filhos pudessem possuir um emprego garantido.

Três indivíduos (B, C e G) entendem como benefício do negócio próprio os rendimentos gerados. O indivíduo G, por exemplo, aponta como grande vantagem da atividade empresarial a possibilidade de aumentar a própria renda sem depender exclusivamente do seu próprio esforço ou horas de trabalho, utilizando para isso o trabalho executado pelos seus funcionários: *“Meus rendimentos vão crescendo mesmo o meu dia continuando tendo 24 horas. Acho que essa é a principal, como eu posso dizer? O principal ponto positivo desse negócio.”*.

O indivíduo E apontou como principais vantagens a autonomia e rapidez do processo decisório e implementação de ideias, visão semelhante a exposta pelo indivíduo F que considera a liberdade para condução do negócio como principal benefício.

Os entrevistados B, E e F não deixaram de citar também as dificuldades decorrentes das atividades que desempenham como empreendedores, tais como a grande dedicação necessária e responsabilidades demandadas.

Para o indivíduo C, hoje, devido a situação econômica do país, o comércio acaba por gerar mais *“dores de cabeça”*, segundo fala do entrevistado, do que

benefícios. Vale ressaltar que para o entrevistado trata-se apenas de uma situação passageira, um dos ciclos que compõe e são característicos da economia.

Apenas dois indivíduos relataram dificuldades relacionadas a abertura do negócio. O indivíduo B queixou-se da burocracia, tanto para abrir quanto para fechar uma empresa: “ [...] *na época que a gente abriu levou uns três meses pra gente conseguir toda a papelada e tal, pra abrir a loja. Eu acho que demora muito. É complicado.*”, e o indivíduo F mencionou a falta de apoio governamental e dificuldade para a obtenção de financiamento para o empreendimento.

É interessante destacar que todos os indivíduos demonstraram interesse em ampliar o negócio de alguma forma, mesmo aqueles que se queixaram da rotina exaustiva já demandada pelo negócio no estágio atual de desenvolvimento.

4.1.4 Categoria IV – Satisfação

Os empresários também foram questionados sobre a satisfação proporcionada pelo negócio que conduzem, o que os motiva a prosseguir e se as atividades que desempenham hoje dentro das organizações trazem mais satisfação que as ocupações profissionais anteriores.

Todos os entrevistados demonstraram grande satisfação com as atividades que desenvolvem hoje, mesmo aqueles que no decorrer das conversas de alguma demonstraram insatisfação com estágio atual do empreendimento (indivíduos B e C).

Dentre os motivos elencados como motivadores para a continuidade do negócio, parte dos indivíduos apontou os rendimentos gerados (indivíduos B, E e G). Já para os indivíduos A e D, o principal atrativo é a ocupação gerada pelas empresas que as obriga a sair de casa e se manter em atividade.

O indivíduo F, por sua vez, se distingue dos demais pela política diferenciada de empregar idosos, para o empresário tal propósito se tornou o principal motivador para a continuidade do negócio e também das ideias de expansão.

Três dos entrevistados (indivíduos A, C e F) manifestaram que, dentre as atividades que executam rotineiramente, o atendimento eficiente e de qualidade, e a satisfação consequentemente proporcionada ao cliente, compõem os itens mais satisfatório em relação as empresas que comandam. O indivíduo C, por exemplo,

afirma: *“Fazer um bom atendimento. Ver o cliente satisfeito. Que aqui uma satisfação muito grande que tem é que quando um cliente compra um produto ele volta. Só fala bem.”*.

Seguindo linha semelhante, o indivíduo G apontou a utilização pelos clientes finais das empresas para as quais presta serviços como o item mais satisfatório dentre as atividades executadas pela sua empresa. Para o entrevistado, a maior satisfação proporcionada pelas atividades que executa é quando instituições financeiras geram empregos, renda e realizam sonhos utilizando-se das áreas de crédito que a empresa dele ajudou a formular e estabelecer. Como pode ser observado no seguinte trecho: *“Então, assim, o que mais me dá satisfação é quando eu implanto uma área de crédito imobiliário de um banco e sei que aquela área vai produzir emprego, gerar renda, proporcionar o sonho da casa própria para as pessoas”*.

Para os demais indivíduos, as atividades mais satisfatórias em suas rotinas são: a potencial autonomia na definição dos próprios horários (indivíduo B); a rotina do negócio e convivência com as sócias (indivíduo D); e a transmissão dos conhecimentos que possui, já que o entrevistado também desenvolve atividades ligadas ao treinamento e ensino (indivíduo E).

Quando indagados se as atividades que executam hoje são mais satisfatórias que as exercidas em suas experiências profissionais anteriores, pôde-se observar uma divisão entre os entrevistados. Enquanto dois indivíduos (E e G) afirmaram se sentirem mais satisfeitos com as atividades desempenhadas hoje como empresários, outros quatro indivíduos (B, C, D e F) não concordaram com tal afirmação. O indivíduo B, por exemplo, expressa a seguinte observação ao ser questionada se as atividades que executa hoje são mais satisfatórias que experiências profissionais anteriores: *“Eu diria que não. Que na época como gerente [...] eu me realizava bastante, sempre gostei de comandar. Agora, a empresa hoje, como empresária, eu me realizaria mais se eu tivesse um quadro de funcionários [...]”*. Já para o indivíduo A todas as atividades profissionais que exerceu trouxeram satisfação.

4.1.5 Categoria V – Realização

Também buscou-se analisar como os indivíduos conceituavam o sucesso profissional e o sucesso do empreendimento, convidando-os a realizar uma análise relativa a possíveis erros em suas respectivas trajetórias e como agiriam hoje diante de problemas enfrentados no passado.

Para quatro entrevistados (indivíduos B, D, E e G) ser bem-sucedido profissionalmente está de alguma forma atrelado ao ganho financeiro, ao dinheiro. Entretanto, vale destacar, não somente a isso.

Para o indivíduo B, por exemplo, a recompensa financeira resultante do sucesso profissional possibilitaria a contratação de mais funcionários e, em sua visão, conseqüentemente mais tempo livre para executar outras atividades prazerosas.

Para o indivíduo D o sucesso está em manter o negócio em funcionamento, mesmo com todas as dificuldades enfrentadas. Ponto semelhante ao defendido pelo indivíduo C que define o sucesso profissional como crescimento e progresso da empresa.

Para os indivíduos A e F, por outro lado, ser bem-sucedido é definido com ser feliz na profissão que possui, executando suas atividades com alegria e prazer, gostando do que faz.

Depois de solicitados a definir o sucesso profissional, os entrevistados foram questionados se eles poderiam ser considerados bem-sucedidos, segundo as próprias definições fornecidas por eles. A maior parte do grupo (indivíduos A, C, E e G) afirmou ser bem-sucedido, para o restante o sucesso ainda não foi atingido, ao menos não plenamente.

Todos consideraram a abertura do negócio como uma experiência recompensadora e uma decisão acertada que seriam tomada novamente, indivíduo fosse possível. Apenas o indivíduo E destacou que tomaria algumas decisões diferentes para evitar que certos erros fossem cometidos novamente.

4.1.6 Categoria VI – Histórico Profissional

Experiências profissionais anteriores foram o tema do último bloco de perguntas, demonstrando a variedade de conhecimentos que influenciaram os entrevistados e contribuíram para o estabelecimento do negócio e a forma como ele é conduzido hoje.

Apenas três dos entrevistados demonstraram que o trabalho que executam hoje é resultado diretamente de experiências profissionais anteriores. São eles os indivíduos E, F e G.

A experiência profissional relatada pelo indivíduo B, por sua vez, não teve influência direta no setor de atuação da loja, apesar da empreendedora possuir ampla experiência com comércio. Entretanto, tantos anos trabalhando em atividades de vendas e gerência, além de alimentar cada vez mais o desejo de possuir sua própria loja, a ajudaram a conduzir o negócio de maneira mais eficiente hoje.

O indivíduo C também relata já ter trabalhado com vendas, mesmo que de maneira informal, o que o teria levado a conhecer melhor as mercadorias que viria a trabalhar no futuro.

Todos os indivíduos, todavia, relataram como experiências anteriores contribuíram, mesmo que de maneira geral, para a construção da experiência profissional e desenvolvimento de habilidades que no futuro seriam aplicadas na forma de condução do negócio e também no atendimento aos clientes.

Para os indivíduos B e C, em especial, as experiências profissionais anteriores, relacionadas ao comércio e vendas, de alguma forma contribuíram para a forma como os empresários conduzem seus empreendimentos hoje.

Já para o indivíduo D, as experiências anteriores relacionadas ao ensino influenciaram na forma como o atendimento ao cliente é prestado. Para a entrevistada, o atendimento oferecido hoje na sua loja é um diferencial quando comparada aos demais comércios estabelecidos no mesmo centro comercial.

4.2 Análise por Categoria

4.2.1 Categoria I – Contexto Familiar

Dentre os possíveis fatores que um pesquisador pode analisar como influenciadores do empreendedorismo está o contexto familiar daquele indivíduo. A pesquisa produzida nesse trabalho buscou identificar como experiências familiares anteriores, ocorridas durante a infância ou juventude, agiram sobre a motivação empreendedora dos entrevistados.

O contexto familiar do indivíduo é considerado como um fator relevante para a opção pelo empreendedorismo por autores como Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994) e, em certo grau, também por Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002). Dentre os defensores da importância das relações mais próximas como motivadoras está Dolabela. O autor, ao destacar a importância da convivência, classifica o nível primário de relacionamentos, composto pela família e amigos, como a mais importante fonte de formação de empreendedores (DOLABELA, 2006). Fillion também destaca a maior probabilidade de um indivíduo tornar-se empreendedor quando possui exemplos de empreendedores na família, ou no ambiente em que vive (FILION, 1999).

Conforme explicitado anteriormente, nenhum dos entrevistados possuíram em seu nível primário de relacionamento empreendedores que pudessem agir como influenciadores da decisão futura de abrir um negócio. Os entrevistados não vivenciaram, ao menos diretamente, relacionamentos desse tipo. Vale destacar, mais uma vez, que a experiência vivida na infância e descrita pelo indivíduo C não ocorreu no nível primário.

Por fim, conclui-se que a ausência de um ambiente familiar empreendedor, responsável por influenciar as atividades que seriam desenvolvidas no futuro, não prejudicou a decisão pelo empreendedorismo por parte dos entrevistados. Tal constatação, entretanto, impossibilita classificar os entrevistados com empreendedores devido ao seu ambiente pessoal, por exemplo.

Apesar da falta de evidência de influências empreendedores no ambiente familiar dos empreendedores, o indivíduo D destaca-se pela importância dada a opinião familiar durante o processo decisório. A consulta realizada entre os membros

da família buscou respaldo para a abertura de um pequeno negócio em sociedade com a irmã e a cunhada.

A entrevistada considera o negócio, segundo suas próprias palavras, um hobby. Um negócio estabelecido para ocupar o tempo disponível após a aposentadoria, uma opção a permanecer em casa. Tais observações são reforçadas pela seguinte afirmação a respeito do objetivo do negócio: “*É só, simplesmente, não ficar dentro de casa*”. Tais características do processo de implementação do negócio permitem classificá-la como uma empreendedora por Características Pessoais, segundo o modelo proposto por Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994).

4.2.2 Categoria II – Fatores Antecedentes

Os fatores antecedentes à abertura das empresas também são de grande relevância para a compreensão dos acontecimentos que em conjunto levaram a abertura do negócio. A decisão de se iniciar um negócio, conforme abordado anteriormente, é produto de motivações que variam de acordo com as características de cada indivíduo (Barba-Sánchez; Atienza-Sahuquillo, 2012). A análise de como foi constituída o desejo pelo empreendedorismo nos permite determinar se tal opção foi algo planejado e desejado (empreendedor voluntário) ou apenas um resultado de situações incontrolláveis (empreendedor involuntário) (DOLABELA, 2006; GEM, 2013).

Situações diferentes compõem a trajetória de cada um dos indivíduos e aqueles que relatam possuírem o desejo do negócio próprio como algo antigo dificilmente serão classificados, por exemplo, como empreendedores por necessidade, ou involuntários (indivíduos B, C, E, F e G).

Quando os entrevistados são questionados sobre qual situação foi decisiva para a abertura do negócio, busca-se, mais uma vez, analisar o ambiente no qual ele estava inserido e se a opção pelo empreendedorismo foi uma escolha.

Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram seus negócios por não terem melhores opções (GEM, 2013), situação diferente da descrita pela maioria dos entrevistados. Mesmo os indivíduos que não indicaram o desejo de abrir o próprio negócio como algo antigo, não empreenderam por necessidade. Apesar de

quatro indivíduos relacionarem de alguma forma a aposentadoria como motivo de abertura do negócio (indivíduos A, C, D e G), o empreendedorismo não correspondia a única opção de renda disponível no momento da decisão.

A situação apresentada pelo indivíduo A, que buscava no negócio uma alternativa de emprego para os filhos e uma ocupação após a aposentadoria, permite identificar na empresária características que permitem classificá-la como Empreendedora por Ideia, ou seja, além de perceber uma oportunidade de negócio (NAFFZIGER; HORNSBY; KURATKO, 1994), outros fatores (aposentadoria e filhos) a atraíram para o empreendedorismo (KIRKWOOD, 2009)

Tal classificação pode ser confirmada por dois trechos diferentes da entrevista. Primeiro, quando indaga sobre o motivo da empresa trabalhar com produtos de informática: *“Por necessidade da comunidade não ter, né, nada de informática. [...] Suprir a carência, né, de informática naquela época”*.

Segundo, quando a entrevistada lista os benefícios de ser dona do próprio negócio: *“A minha função é não ficar em casa. Eu sair. E pro meu filho. Segundo item, dar emprego pra filhos, que mãe só pensa nos filhos, né? Garantir pros filhos”*.

4.2.3 Categoria III – Realidade da Atividade Profissional

Os questionamentos relacionados a realidade do negócio, dia-a-dia da empresa e intenções de expansão, buscaram analisar principalmente características dos empreendedores relacionadas a necessidade de independência, e desejo de poder e *status* como motivo principal para a abertura do empreendimento que possuem atualmente.

Para aqueles indivíduos que indicaram os dividendos gerados como a maior vantagem (indivíduos B, C e G) pode-se perceber traços relacionados ao desejo de poder e *status* trazido pelo dinheiro. Trata-se de uma característica esperada, afinal os indivíduos quando optaram por abrir a própria empresa, dentre outros motivos, buscavam uma fonte de renda.

O indivíduo G, por exemplo, ao expor a perspectiva de aposentadoria como um dos motivadores da abertura do negócio explica: *“Eu diria que se transformou no principal objetivo, ou seja, a parte financeira. Ou seja, talvez mesmo que eu não*

tivesse tanta satisfação pessoal em fazer, eu teria feito pra manter o padrão de vida da minha família”.

Os indivíduos que apontaram a autonomia e rapidez nas decisões como principais vantagens do próprio negócio (indivíduos E e F) permitem identificar o desejo de independência como um fator relevante para a escolha da carreira empreendedora.

Apesar de presente nos indivíduos apresentados, a necessidade de independência e o desejo de poder e *status* não foram identificados como principais razões para a abertura do empreendimento que os entrevistados possuem hoje. Também não foi identificada a necessidade de competição como principal motivo de abertura do negócio. Tais observações impossibilitam a classificação dos empresários entrevistados como Empreendedores por Independência.

4.2.4 Categoria IV – Satisfação

As perguntas relacionados a satisfação dos empreendedores tiveram como objetivo analisar como motivações extrínsecas e intrínsecas poderiam ter influenciado os empreendedores no momento da abertura do negócio e também como interferem hoje na rotina dos empresários.

Assim como indicado por Levesque et al. (2010), motivações intrínsecas estão ligadas a atividades que são consideradas prazerosas pelo indivíduo e sua execução não depende de recompensas externas. Já as motivações extrínsecas, são dependentes de recompensas externas e estão relacionadas a um objetivo específico.

As questões elaboradas também buscaram analisar se insatisfações ou frustrações anteriores exerceram alguma interferência na decisão. A verificação da existência de barreiras relativas a liberdade de expressão e de ideias poderia, por exemplo, caracterizar a iniciativa como resultado de um desejo de realização individual (LAUFER, 1975 apud RODRIGUES, 2002). Relatos de situações de grande subordinação, que de certa maneira influenciaram o desejo do negócio próprio, por outro lado, seriam características de um desejo de autonomia do indivíduo (LAUFER, 1975 apud RODRIGUES, 2002).

Neste momento de análise é interessante observar indivíduos empreendedores que descreveram situações simples como aquelas mais satisfatórias dentre as executam diariamente.

Os indivíduos A, C e F são exemplos claros de motivação intrínseca em ação. Assim como descrito por Levesque et al. (2010). Para esses entrevistados, apesar dos diferentes motivos que levaram para abrir seus negócios e diferentes classificações que receberam, o prazer hoje está em atender seus clientes.

Tal observação pode ser corroborada pelos seguintes trechos, ambos respostas para a questão sobre, dentre as atividades executadas diariamente, aquele que trazia mais satisfação.

Para o indivíduo A: *“[...] atender os meus clientes e eles saírem satisfeitos, sabe? Eu ter o produto que ele vem atrás, e eu atendo da forma que ele merece, bem atendido, um atendimento perfeito, que ele vai embora e fica feliz”*.

Para o indivíduo C: *“Você chegar, atender um cliente bom. Fazer um bom atendimento. Ver o cliente satisfeito. Que aqui uma satisfação muito grande que tem é que quando um cliente compra um produto, ele volta. Só fala bem”*

Além da motivação intrínseca envolvendo seus clientes, o indivíduo F se destaca pela motivação hoje responsável pela manutenção do negócio e ideias de expansão.

Com quarenta anos de experiência como empresário, o restaurante que possui hoje é resultado das atividades profissionais que desempenhou durante a vida, uma sequência de experiências que resultaram no negócio que possui hoje. Trata-se de um empreendedor que abriu sua empresa devido um ambiente de negócios relevante, ou seja, uma empresa criada para competir em um ambiente empresarial (NAFFZIGER; HORNSBY; KURATKO,1994). Isso, associado a uma oportunidade percebida (GEM, 2013), permite classificá-lo como Empreendedor por Oportunidade.

Entretanto, assim como apontado por Bergamini (1990), a motivação possui um caráter de continuidade, onde uma necessidade ainda não satisfeita é responsável por direcionar novas atitudes. É interessante observar como o empreendedor analisado possui hoje uma motivação para a manutenção do negócio e também para os planos de expansão diferente daquela inicial. Trata-se da valorização das pessoas mais velhas, tornando-se uma bandeira pessoal do entrevistado após a abertura do negócio. Segundo o entrevistado, além das “vovós” (termo utilizado por ele para se

referir as idosas que emprega) que trabalham no restaurante, outras dezesseis conseguiram colocações profissionais na região de Águas Claras por seu intermédio.

Ainda sobre empreendedorismo por oportunidade, O indivíduo C corresponde a uma representação clara de tal categoria por ter observado uma oportunidade e criado a empresa para usufruir do ambiente de negócios que naquele momento julgou relevante. O entrevistado cita em diversos momentos que outras oportunidades estavam disponíveis, entretanto optou pelo empreendedorismo.

O entrevistado, infelizmente, não demonstra hoje muita confiança no estágio atual da empresa e queixa-se por não ter escolhido outra oportunidade: *“[...] eu tava falando pros meninos, eu devia ter seguido outro caminho, que tinha outros horizontes, muito horizontes que eram outras profissões. O comércio tem uma hora que, chega uma hora que a pedreira da estrada é tão difícil, aí o cara tenta ir e não vai. Complicado”*.

4.2.5 Categoria V – Realização

As indagações sobre o sucesso profissional do empreendedor, e conseqüentemente da empresa que ele comanda, também buscaram analisar possíveis situações, tanto negativas como positivas, que poderiam de alguma forma ter atuado sobre o processo decisório.

Quando o entrevistado é convidado a reavaliar sua trajetória e analisar se, de acordo com seus próprios parâmetros, pode ser considerado uma pessoa bem-sucedida profissionalmente, busca-se compreender um pouco mais todo o processo que o levou até aquele determinado instante.

Pode-se analisar, por exemplo, mais uma vez a relação dos indivíduos com recompensas externas e metas estabelecidas, ou seja, motivações extrínsecas conforme as definidas por Levesque et al. (2010).

O indivíduo B, por exemplo, trata-se de um dos indivíduos que de alguma forma atrelaram o sucesso profissional a recompensas financeiras (extrínsecas). Nas palavras da entrevistada *“[...] empresária com sucesso, pra mim, é ganhar dinheiro. A empresa render e eu ter funcionários na minha loja. Aí eu me considero uma pessoa de sucesso”*.

A empresária diferencia-se dos demais indivíduos analisados por indicar explicitamente a abertura da empresa como a realização de um sonho antigo. É também relatado a ampla experiência profissional relacionada ao comércio que foi responsável por alimentar o desejo pessoal. A descrição de algumas situações vivenciadas no ambiente profissional também indica o desejo de ascensão profissional para um próximo nível, no caso, o empreendedorismo conforme definido por Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002). Em conjunto, essas observações permitem classificar o indivíduo B como empreendedora por Status.

4.2.6 Categoria VI – Histórico Profissional

Experiências profissionais anteriores correspondem a um fator bastante relevante para a maioria dos indivíduos analisados. Dentre as vantagens atribuídas aos empreendedores tardios estão justamente a ampla experiência profissional que possuem (WEBER; SCHAPER, 2003).

A análise do histórico profissional dos entrevistados, mais uma vez, busca identificar fatores responsáveis pela decisão empreendedora. Além das situações negativas, com alto nível de subordinação ou até mesmo o desemprego, conforme indicado por Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002), Kirkwood (2009) e GEM (2013), a verificação de tais fatores permite analisar como experiências profissionais influenciaram na decisão pelo empreendedorismo.

Apesar do reconhecimento por parte dos empreendedores da importância das experiências profissionais para o desenvolvimento das capacidades que possuem hoje relacionadas a condução do negócio, Apenas três indivíduos (E, F e G) demonstraram uma estrita relação entre as experiências profissionais anteriores e o ramo de atuação da empresa. O indivíduo F devido a suas experiências relacionadas ao setor alimentício e os indivíduos E e G, profissionais altamente capacitados por suas experiências no setor bancário.

A relação entre as trajetórias profissionais dos indivíduos E e G e o ramo de atuação hoje merece especial atenção.

O indivíduo E relata sua vasta experiência no Banco do Brasil, onde iniciou suas atividades como *office boy* ainda na adolescência e ocupou cargo de diretoria

antes de deixar a instituição. Os anos trabalhados no banco são descritos como uma escola e também é destacado a vivência internacional proporcionada pelas atividades que executava. Entretanto a percepção de oportunidades externas ao ambiente do banco, associado ao conhecimento acumulado durante toda a vida profissional, permitiram que o entrevistado criasse uma empresa em sociedade com outros colegas de banco que também tinham o objetivo de usufruir as vantagens do ambiente empresarial.

Os motivos listados permitem classificar o entrevistado como um empreendedor por Oportunidade, segundo as características elencadas por GEM (2013) e Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994).

A classificação pode ser confirmada no seguinte trecho: *“O que me influenciou foi eu ter ido pra iniciativa privada e, por exemplo, a minha equipe de funcionários, muitos deles saiam dali e iam montar o negócio deles. [...] Tem menos conhecimento que eu, mas tem muito mais coragem. Então eu ficava olhando pra eles. Ai quando eu tava já pensando em sair do banco, eu me associei com dois amigos meus do próprio banco que estavam pensando em sair e nós fizemos a primeira empresa.[...] Então, mas o que me motivou mesmo a abrir, foi o meu conhecimento”*.

O indivíduo G, também ex-funcionário do Banco do Brasil, aponta sua experiência profissional na implementação da área de crédito imobiliário com principal fator para determinar a área de atuação do seu negócio. A vasta experiência que possuía foi responsável, por exemplo, pelo convite de prestação de consultoria que recebeu e que foi decisivo para a decisão de sair do banco e abrir a própria empresa.

Também é importante ressaltar que o entrevistado já possuía planos relacionados ao empreendedorismo devido a perspectiva de aposentadoria e possível retraimento dos ganhos financeiros. Por esse motivo o empreendedor estabeleceu como objetivo da empresa que criava manter o padrão de vida que ele e sua família usufruíam, permitindo classificá-lo como um empreendedor por Objetivo, segundo as características estabelecidas por Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2012), Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994) e Laufer (1975 apud RODRIGUES, 2002).

Outro fator também relevante para a classificação é a afirmação do entrevistado em acreditar ser hoje um dos mais experientes profissionais no seu ramo de atuação hoje.

A classificação pode ser confirmada pelo seguinte trecho da entrevista: *“Modéstia à parte, eu diria, assim, talvez tenha alguém que tenha uma experiência*

igual, mas maior que a minha, hoje no Brasil, em implantar, botar a mão na massa e fazer nascer do zero uma área de crédito imobiliário funcionando, atendendo os seus clientes [...] acho difícil encontrar alguém que tenha experiência maior”.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Este estudo teve como objetivo principal investigar os fatores motivadores relacionados ao empreendedorismo tardio de empresários atuantes no Distrito Federal. Os empreendedores tardios correspondem a um grupo que, apesar de conseguir se ajustar à atividade empreendedora de maneira mais eficaz que outros empreendedores mais jovens (KAUTONEN; DOWN; SOUTH, 2008), ainda correspondendo a uma área pouco explorada nas pesquisas relacionadas ao empreendedorismo e, conseqüentemente, com muito ainda a ser estudado (KAUTONEN, 2008; WEBER; SCHAPER, 2003).

Por meio da pesquisa realizada, foi possível identificar os principais motivadores para cada um dos empresários entrevistados e também classificá-los, utilizando-se do agrupamento elaborado com base nas tipologias selecionadas. Tratam-se de indivíduos de ramos bastante diversos e de diferentes Regiões Administrativas do Distrito Federal que permitiram analisar as semelhanças, e até mesmo diferenças, entre os motivadores para aqueles que obtiveram a mesma classificação.

Trata-se de um grupo bastante interessante, são indivíduos excepcionais que demonstram como a passagem do tempo pode agir de maneira a possibilitar a realização de um sonho antigo (indivíduo B) ou colocar o indivíduo em um novo ambiente totalmente diferente daquelas atividades que exerceu a maior parte da vida. Tais indivíduos (A e D) demonstram, tal como indicado por Bernadi (2011), que o empreendedorismo pode ser desenvolvido, desde que sujeito a algumas situações propícias, que, nas situações analisadas, foram motivos relacionados a aposentadoria.

A aposentadoria (indivíduos A, C, D), ou a sua iminência (indivíduo G), mostrou-se o fator principal entre os indivíduos analisados. São os desdobramentos desse importante acontecimento que, de diferentes maneiras, contribuiu para a abertura das empresas.

Apesar da contradição que o envelhecimento pode exercer sobre o fenômeno do empreendedorismo (KAUTONEN, DOWN E SOUTH, 2008), nos indivíduos analisados percebeu-se sua atuação como incentivador, mesmo que por diferentes motivos. Assim como apontado por Kautonen (2008) após a análise de trabalhos

relacionados ao empreendedorismo tardio, a aposentadoria, ainda em idade ativa, compõe um importante influenciador da atividade empreendedora para grupo de indivíduos estudado.

Assim como indicado pelo trabalho de Segal, Borgia e Schoenfeld (2005) as experiências profissionais anteriores e as oportunidades percebidas também foram apontados pelos entrevistados desse trabalho como fatores importantes para o estabelecimento dos empreendimentos.

Outra descoberta também merece atenção especial. Chama a atenção como um fator apontado em diferentes trabalhos (DOLABELA, 2006; LIMA-FILHO; SPROESSER; MARTINS, 2009) teve sua atuação minimizada nos indivíduos que compõem esse trabalho. Trata-se da existência de figuras empreendedoras que poderiam de alguma forma influenciar na decisão pelo empreendedorismo. Os entrevistados não indicaram a presença de figuras empreendedoras, ao menos no nível mais íntimo de relações, que pudessem atuar como influenciadores.

Por fim, acredita-se que foi possível compreender melhor algumas características do processo objetivo do estudo, sendo possível esclarecer como alguns motivadores do empreendedorismo agem e como eles se relacionaram aos empreendedores atuantes no Distrito Federal.

Vale destacar que um grupo tão diverso, e ao mesmo tempo tão pequeno, quanto o analisado por esse trabalho, gera um resultado bastante valioso, mesmo que o número restrito de indivíduos possa ser considerado um limitador.

Espera-se que esse trabalho possa ajudar a alterar o cenário verificado por Kautonen (2008) e elevar a produção relacionada ao empreendedorismo tardio. Impressiona com um grupo tão rico ainda não recebe a devida atenção, recomenda-se que mais trabalhos possam ser elaborados. Estima-se que no futuro, com o envelhecimento da população, o grupo receberá mais atenção (WEBER; SCHAPER, 2003) e estudos mais abrangentes, que possibilitem a generalização dos resultados, são aqui recomendados por sua capacidade de auxiliar na elaboração de programas de aconselhamento e incentivo a uma atividade tão importante quanto o empreendedorismo exercido tardiamente.

REFERÊNCIAS

- AHMAD, N. H. et al. The Pursuit of Entrepreneurial Initiatives at the “Silver” Age: From the Lens of Malaysian Silver Entrepreneurs. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 129, p. 305–313, 2014.
- AHMAD, N.; SEYMOUR, R. G. Defining entrepreneurial activity: definitions supporting frameworks for data collection. **OECD Statistics Working Paper**, n. January, p. 1–18, 2008.
- ARAMAND, M. Women entrepreneurship in Mongolia: the role of culture on entrepreneurial motivation. **Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal**, v. 32, n. 1, p. 68–82, 2013.
- BARBA-SÁNCHEZ, V.; ATIENZA-SAHUQUILLO, C. Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. **Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa**, v. 18, n. 2, p. 132–138, 2012.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BEHLING, G. et al. Microempreendedor individual catarinense : uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 65–78, 2015.
- BENZING, C.; CHU, H. M. A comparison of the motivations of small business owners in Africa. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 16, n. 1, p. 60–77, 2009.
- BERGAMINI, C. W. Motivação : mitos , crenças e mal-entendidos. **RAE- Revista de Administração de Empresas**, v. 30, n. 2, p. 23–34, 1990.
- BERNADI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BOAVENTURA, M. G.; MELO, M. C. DE O. L. Criação de Empresas por Microempreendedores. **Revista de Administração FACES Journal Belo Horizonte**, v. 11, n. 2, p. 11–26, 2012.
- BULGACOV, Y. L. M. et al. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da

realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 695–720, 2011.

CARSRUD, ALAN AND BRÄNNBACK, M. Entrepreneurial Motivations What Do We Still Need To Know. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 9–26, 2011.

CARVALHAL, F.; LEÃO, A. L.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **RPCA - Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 6, n. 4, p. 124–143, 2012.

DEGEN, R. J. **O Empreendedor - Empreender Como Opção de Carreira**. [s.l.] Prentice-Hall do Brasil, 2009.

DOLABELA, F. **O segredo de Luíza**. 30. ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: Evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123–140, 2014.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios** **Revista de Administração**, 1999.

GARTNER, W. B. "Who is an entrepreneur?" Is the Wrong Question. **Entrepreneurship Theory and Practice**, n. Summer, p. 47–67, 1989.

GEM, G. E. M. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo)** Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná. Curitiba: [s.n.]. Disponível em: <http://ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2013_-_Relatorio_executivo_Empreendedorismo_no_Brasil.pdf>.

GEM, G. E. M. **Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo)** Instituto

Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná. Curitiba: [s.n.].

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GUEDES, S. A. **A Carreira do Empreendedor.** [s.l.] Universidade de São Paulo, 2009.

HARVEY, M.; EVANS, R. Strategic Window in the Entrepreneurial Process. **Journal of Business Venturing**, v. 10, n. 5, p. 331–347, 1995.

KANFER, R. Motivation theory and industrial and organizational psychology. In: DUNNETTE, M. D.; HOUGH, L. (Eds.). . **Handbook of industrial and organizational psychology.** 2. ed. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, 1990. p. 75–170.

KAUTONEN, T. Understanding the older entrepreneur: Comparing third age and prime age entrepreneurs in Finland. **International Journal of Business Science and Applied Management**, v. 3, n. 3, p. 3–13, 2008.

KAUTONEN, T.; DOWN, S.; SOUTH, L. Enterprise support for older entrepreneurs: the case of PRIME in the UK. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 14, n. 2, p. 85–101, 2008.

KIRKWOOD, J. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. **Gender in Management: An International Journal**, v. 24, n. 5, p. 346–364, 2009.

KNIGHT, J. The evolving motivations of ethnic entrepreneurs. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 9, n. 2, p. 114–131, 2015.

LEVESQUE, C. et al. Intrinsic and extrinsic motivation. **International Encyclopedia of Education**, p. 618–623, 2010.

LÉVESQUE, M.; MINNITI, M. The effect of aging on entrepreneurial behavior. **Journal of Business Venturing**, v. 21, n. 2, p. 177–194, 2006.

LIMA-FILHO, D. D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, É. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 2003, p. 246–277, 2009.

MACHADO, H. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE - eletrônica**, v. 2, n. 2, 2003.

- MARTINELLI, L. A. S.; FLEMING, E. S. O Comportamento Empreendedor: a Influência das Características Emocionais na Motivação dos Indivíduos para a Ação Empreendedora. **Enanpad**, p. 1–16, 2010.
- MCCLELLAND, D. C. **Sociedade competitiva : realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão, 1972.
- MITCHELL, T. R. Motivation: New Directions for Theory, Research, and Practice. **Academy of Management Jour**, v. 7, p. 80–88, 1982.
- MONDAL, W. I.; JIMENEZ, L. Teaching Entrepreneurship And Micro-Entrepreneurship: An International Perspective. **Journal of International Education Research**, v. 11, n. 3, p. 189–196, 2015.
- MOURA, M. L. S. DE; FERREIRA, M. C. **Projetos de Pesquisa: elaboração, redação e apresentação**. Rio de Janeiro: EduERJ, 2005.
- NAFFZIGER, D. W.; HORNSBY, J. S.; KURATKO, D. F. A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 18, n. 3, p. 29–42, 1994.
- OMS, O. M. DA S. **Relatório Mundial de Envelhecimento e Saúde**. [s.l.: s.n.].
- PILKOVA, A.; HOLIENKA, M.; REHAK, J. Senior Entrepreneurship in the Perspective of European Entrepreneurial Environment. **Procedia Economics and Finance**, v. 12, n. March, p. 523–532, 2014.
- RIBAS, R. A Motivação Empreendedora e as Teorias Clássicas da Motivação. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1, 2011.
- ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- RODRIGUES, E. A.; NETO, M. T. R.; FILHO, C. G. As influências na motivação para o trabalho em ambientes com metas e recompensas : um estudo no setor público. **Revista Administração Publica**, v. 48, n. 2002, p. 253–274, 2014.
- RODRIGUES, M. Â. F. **Elementos motivadores para a criação do próprio negócio**. [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.
- SCHUMPETER, J. A. **The history of economic analysis**. [s.l.: s.n.].
- SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an

entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 11, n. 1, p. 42–57, 2005.

SHANE, S.; LOCKE, E. A.; COLLINS, C. J. Entrepreneurial motivation. **Human Resource Management Review**, v. 13, n. 2, p. 257–279, 2003.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217–226, 2000.

SHAVER, K.; SCOTT, L. Person, process, choice: The psychology of new venture creation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 16, n. 2, p. 23–45, 1991.

TAMAYO, A.; PASCHOAL, T. A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 7, n. 4, p. 33–54, 2003.

TAORMINA, R. J.; LAO, S. K.-M. Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 13, n. 4, p. 200–221, 2007.

VALE, G. M. V. Empreendedorismo, Marginalidade e Estratificação Social. **Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 3, p. 310–321, 2014.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311–327, 2014.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

VICENZI, S. E.; BULGACOV, S. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 208–221, 2013.

WEBER, P.; SCHAPER, M. Understanding the Grey Entrepreneur : A Review of the Literature. n. October, p. 1–15, 2003.

APÊNDICES

Roteiro de Entrevista

Bloco I - Informações sobre o empreendedor

1. Nome
2. Idade
3. Idade em que começou o negócio
4. Formação Acadêmica

Bloco II - Informações sobre a empresa

1. Nome
2. Porte da Empresa
3. Principais Serviços Prestados
4. Possui sócios? Quantos?
5. Quem costuma comprar no seu negócio? Qual o perfil do seu cliente?

Bloco III - Família

1. Existem outros empreendedores na família?
2. Seus familiares apoiaram a sua decisão de abrir o próprio negócio?
3. Trata-se de um empreendimento familiar? Alguém da sua família, ou do seu sócio, participa ativamente do negócio?
4. Qual a importância da família na decisão de abrir o negócio?

Bloco IV - Traçando o Perfil

5. Quando surgiu o desejo de abrir o próprio negócio?
6. Qual foi o principal motivo para a abertura do negócio?
7. Como foi escolhida o tipo de empresa?
8. Quais os benefícios de ser dono do próprio negócio?
9. Gosta de ser empresário?
10. Qual foi a maior dificuldade enfrentada para abrir o negócio?
11. O que te motiva a manter seu negócio?
12. Intenção de expansão do negócio?
13. Em relação ao seu negócio, o que é mais satisfatório?
14. O que é ser bem-sucedido para você?
15. Você se considera bem-sucedido?
16. Faria tudo novamente?

Bloco V - Histórico Profissional

17. Você poderia me falar sobre suas principais experiências profissionais?
18. A atividade que você exerce hoje traz mais satisfação que as experiências anteriores?
19. Você acredita que a sua experiência profissional foi importante para a escolha da atividade que a sua empresa exerce?
20. Quais os benefícios da experiência profissional anterior para o negócio atual?