



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Empreendedorismo: uma análise do cenário brasileiro para micro e pequenos negócios, a partir da visão de empreendedores

Juliana Guimarães Lourenço

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, julho de 2020.



Juliana Guimarães Lourenço

Empreendedorismo: uma análise do cenário brasileiro para micro e pequenos negócios, a partir da visão de empreendedores.

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador (a): Mila Desouzart de Aquino Viana

Rio de Janeiro, julho de 2020.

"A menos que modifiquemos a nossa maneira de pensar, não seremos capazes de resolver os problemas causados pela forma como nos acostumamos a ver o mundo"

(Albert Einstein)

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais por todo apoio, incentivo, companheirismo e amor. Dedico este parágrafo em especial ao Gilmar Gandra Loureço, por não ter tido a oportunidade de ter seu nome em um trabalho acadêmico, mas que sem dúvidas é brilhante.

Aos meus amigos, que disponibilizaram tempo para me auxiliar nessa jornada, principalmente a Julia França.

A professora e orientadora Mila Desouzart de Aquino Viana, pela orientação e apoio na realização desse estudo.

Resumo

Lourenço, Juliana Guimarães. Viana, Mila Desouzart de Aquino. **Empreendedorismo: uma análise do cenário brasileiro para micro e pequenos negócios, a partir da visão de empreendedores.** 45 pág. Rio de Janeiro, 2020. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Essa pesquisa teve como objetivo identificar qual é a visão dos empreendedores brasileiros a respeito do cenário nacional para empreender. O estudo busca observar e analisar como é ser empreendedor no Brasil, quais são os maiores desafios, da onde vem a motivação diante de tantos obstáculos, assim como qual é o impacto do empreendedorismo na vida desses cidadãos. A metodologia adotada foi de natureza qualitativa, tendo sido usada entrevistas, utilizando um roteiro de perguntas. Foi revisada a literatura sobre empreendedorismo, características do empreendedor, motivação e sobre a conjuntura brasileira para o pequeno empresário. Os principais resultados da pesquisa sugerem que o Brasil ainda é um território com muitos obstáculos para os pequenos empreendedores. Verificou-se que são necessárias muitas mudanças, reformas e elaboração de políticas públicas. Quanto a motivação, existem fatores bem plurais que justificam tanto a continuidade como a desistência de profissionais do ramo – motivos esses que, devido a perspectivas similares, podem ser divididos em grupo.

Palavras-chave

Empreendedor. 2. Empreendedorismo no Brasil. 3. Motivação. 4. Desafios

Abstract

Lourenço, Juliana Guimarães Viana, Mila Desouzart de Aquino.
Entrepreneurship: An analysis of the Brazilian scenario for micro and small businesses, from the entrepreneurs' perspective. 45 pág. Rio de Janeiro, 2020. Term Paper – Department of Business Administration. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research aimed to identify what is the view of Brazilian entrepreneurs about the national scenario to undertake. The study seeks to observe and analyze what it is like to be an entrepreneur in Brazil, what are the biggest challenges, where motivation comes from in the face of so many obstacles, as well as what is the impact of entrepreneurship in the lives of these citizens. The methodology adopted was qualitative, making interviews, using a script of questions. The literature on entrepreneurship has been reviewed, characteristics of the entrepreneur, motivation and the Brazilian conjuncture for the small business owner. The main results of the research suggest that Brazil is still a territory with many obstacles for small entrepreneurs. It was found that many changes, reforms and public policy-making are needed. In relation to motivation, there are very plural factors for each one to continue in this career and some to give up, but these factors can be grouped together because they have similar perspectives.

Key-words

Entrepreneurship. 2. Entrepreneurship in Brazil. 3. Motivation. 4. Challenges

Sumário

1. Introdução	1
1.1. Objetivo Geral	3
1.2. Objetivos Específicos	3
1.3. Delimitação	3
1.4. Justificativa do Estudo	3
2. Referencial Teórico	5
2.1. Empreendedorismo	5
2.1.1. Empreendedorismo no Brasil	6
2.1.1.1. O papel do pequeno empreendedor	7
2.1.1.2. Taxas de empreendedorismo	9
2.1.1.3. Ambiente para empreender	10
2.2. Características do empreendedor	11
2.2.1. Perfil do empreendedor brasileiro	12
2.2.1.1. Faixa Etária	13
2.2.1.2. Escolaridade	13
2.2.1.3. Renda Familiar	13
2.2.1.4. Gênero	13
2.3. Desafios do empreendedorismo	14
2.4. Motivação	15
2.4.1. Abordagem baseada em Objetivo	16
2.4.1.1. Teoria X e Y	16
2.4.2. Abordagem baseada em Necessidades	16
2.4.2.1. Teoria da Hierarquia de Necessidades	17
2.4.2.2. Teoria dos Dois Fatores	18
2.4.2.3. Teoria de Necessidades	18
2.4.3. Relação dos enfoques	19
3 Metodologia	20
3.1. Método de pesquisa	20
3.2. Ferramenta utilizada na coleta de dados	21

3.3. Delimitação da pesquisa	22
3.4. Método de análise de dados	22
3.4.1. Entrevistados	23
4. Análise e Resultado	24
4.1. Perfil dos entrevistados	24
4.2. Escolaridade e Competências	25
4.3. Como é ser empreendedor no Brasil	27
4.3.1. Principais desafios	29
4.4. Desafios de ser empreendedor	33
4.5. Motivação	36
4.6. Ganhos e perdas	40
4.7. Continuar ou não?	41
5. Conclusão	43
Referências Bibliográficas	46
Anexos	52

Lista de Figuras

Figura 1: Evolução da taxa de empreendedorismo	10
Figura 2: Características dos empreendedores brasileiros	13
Figura 3: Pirâmide de Maslow	18
Figura 4: Relação das teorias da motivação	20
Figura 5: Quadro resumo das teorias da motivação	39

Lista de Tabelas

Tabela 1: Características dos empreendedores de sucesso	12
Tabela 2: Entrevistados	24

1. Introdução

A cada ano cresce o número de empreendedores no Brasil. Com base no levantamento feito pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2017, quase triplicou o número de empreendedores no país, passando de 14,6 para 47,3 milhões de 2007 até 2017. De acordo com Guilherme Afif Domingos (2016), presidente do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), empreender é uma alternativa para os brasileiros contornarem a dificuldade socioeconômica que estão passando. Dessa forma, segundo Domingos, o empreendedorismo surge como uma opção para a geração de fonte de renda e alavancagem do país, já que possibilita a criação de postos de trabalho e também uma melhoria no estilo de vida e na condição socioeconômica e de auto sustento do país.

Outro ponto que vale ser destacado é o fato de que - em comparação com os países emergentes - o Brasil é líder na taxa de empreendedorismo do GEM (2018). O índice brasileiro é de 38%, superior até mesmo ao de países considerados potências mundiais, como, por exemplo, da China (26,7%) e Estados Unidos (20%). Esse indicador demonstra não só a consolidação de empreendimentos já existente, como a entrada de novos empreendedores no mercado brasileiro. A taxa, ainda de acordo com o GEM (2018), significa que, de 100 pessoas, 38 estão relacionados com alguma atividade empreendedora no país, seja na criação ou no aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido no território nacional.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2020), no Brasil, as micro e pequenas empresas e os microempreendedores individuais representam 89,93% dos estabelecimentos existentes no país. Essas empresas ainda continuam surgindo e têm um papel fundamental na economia do país, pois fomentam o desenvolvimento tecnológico, social e econômico (SEBRAE, 2020).

Entretanto, por mais que - como mostram as pesquisas - o empreendedorismo esteja muito presente na vida dos brasileiros, ele não é um caminho fácil. Empreender em território nacional ainda tem muitos obstáculos. Isso porque, de acordo com o ranking Doing Business, publicado em 2020 pelo Banco

Mundial, o país está em 124º posição na classificação de nações com mais facilidade para começar um negócio. É interessante destacar que a África do Sul, um país que também está no grupo de países emergentes, está em 84º. Outro indicador, que também consta nesse ranking, mede o pagamento de tributos, e, de acordo com a listagem de 2020, o Brasil está entre os dez piores do mundo. No que tange a abertura de empresas no Brasil, o país ocupa a 138ª posição. Esse indicador calcula o número de procedimentos, o custo e o tempo necessário para iniciar e operar uma empresa em solo brasileiro. Além disso, com base no que foi publicado no jornal O Globo (2017), as empresas instaladas no Brasil trabalham cerca de 1958 horas por ano apenas para pagar impostos.

Outro problema que assola a população e impacta diretamente na qualificação de mão de obra diz respeito à educação. Na última edição do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa), de 2015, o Brasil ficou, de 70 posições, em 63º lugar, conforme notícia publicado pelo portal G1 em 2018. Outra informação relevante, de acordo com a matéria publicada no portal G1 em 2019, é o fato do país ainda ter 11,3 milhões de analfabetos. Esses dados chamam a atenção, uma vez que, segundo o GEM (2018) 24,7 milhões de brasileiros empreendedores não têm nem o ensino médio e 22,7 milhões concluíram apenas até o ensino médio. Ainda no mesmo relatório publicado pelo GEM, cerca de 54,3% da população afirma ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessária para iniciar um novo negócio.

Somado a isso, no fim das apurações, a partir do levantamento feito pelo IBGE (2016), por três anos consecutivos mais se fechou do que abriu empresas. Ao analisar as 660,9 mil empresas nascidas em 2011, o IBGE observou que só apenas 38% delas sobreviveram até 2016. Como podemos ver, muitos empreendedores atingem o fracasso no início de seus empreendimentos.

Em resumo, o empreendedorismo no Brasil é um caminho repleto de desafios, com altos e baixos. Essa postura empreendedora que pode ser vista no país, tanto pela sua colocação no ranking mundial, como pela sua estrutura empresarial, é instigante. Visto que, mesmo com o cenário econômico, instabilidade, alta burocracia, altas tributações e legislação limitadora, o brasileiro ainda sim continua resistindo em meio a um contexto desfavorável, e sobrevivendo em uma caminhada árdua.

Essa peculiaridade leva a concluir que tal comportamento vem da necessidade de sobreviver e estar sempre se adaptando à instabilidade no país. E foi exatamente isso que instigou a elaboração deste trabalho de conclusão de curso, que visa analisar a trajetória do empreendedor brasileiro, trazendo o

seguinte questionamento: Qual a visão dos pequenos empreendedores brasileiros a respeito do cenário nacional para empreender?

1.1. Objetivo Geral

Este estudo tem o objetivo de observar e analisar quais são os maiores desafios, quais são as principais motivações, assim como qual é o impacto do empreendedorismo na vida desses cidadãos. Este trabalho irá ser realizado a partir de uma pequena amostra com dez empreendedores que atuam no estado do Rio de Janeiro.

1.2. Objetivos Específicos

Como objetivo específico busca-se:

- I. Entender o que os pequenos empreendedores consideram como os piores aspectos do cenário brasileiro que dificultam sua atuação no mercado;
- II. Analisar quais são os desafios da trajetória desses empreendedores brasileiros;
- III. Verificar quais são as variáveis que dão forças para que os empreendedores continuem persistindo;
- IV. Apontar os impactos que o empreendedorismo trouxe para a vida desses empresários.

1.3. Delimitação

O presente trabalho terá o cenário da cidade do Rio de Janeiro como foco e serão abordados micro e pequenos empreendedores de todas as classes, que começaram o negócio e que conseguiram persistir e fazer o empreendimento sobreviver por mais de dois anos. A amostra não foi muito grande e não contou com pessoas de demais localidades do Brasil, em razão do distanciamento social e mudanças na rotina das pessoas devido a pandemia do COVID-19.

1.4. Justificativa do Estudo

O estudo se mostra importante para compreender a realidade brasileira para os empreendedores. Além disso, para entender o que faz que essas pessoas consigam aguentar e superar tantas adversidades, vivendo dia após dia. Já para a academia, apresenta-se útil ao expor os desafios encontrados pelo

empreendedor no que tange o conhecimento prévio e as habilidades necessárias para começar e tornar o empreendimento sustentável. O estudo também é relevante para disseminar o tema do empreendedorismo no país.

2. Referencial Teórico

Esta sessão será fundamental para a revisão da literatura a fim de servir como auxílio no entendimento do tema deste estudo. Compreender conceitos como o quê é o empreendedorismo, como ele está estruturado no Brasil, conhecer quem são os empreendedores e encontrar a raiz e os desafios que enfrentam é essencial para estar familiarizado ao assunto, entender a problemática e o resultado da pesquisa. Além disso, as teorias da motivação serão primordiais para estruturar e interpretar os fatores que impulsionam o empreendedor brasileiro.

2.1. Empreendedorismo

Entender o quê é o empreendedorismo e onde ele surgiu é relevante para conhecer melhor o ofício, assim como para visualizar as mudanças e o desenvolvimento que o estudo da prática sofreu ao longo da história. Segundo Landström et al (2012), provavelmente a função do empreendedor é tão antiga como a troca e a comércio entre as pessoas. Porém, esse conceito não era pensado e discutido nas literaturas. Foi somente a partir do desenvolvimento da economia que o termo passou a ser interessante para os pensadores.

De acordo com Oliveira (2012), o conceito teria aparecido pela primeira vez nos séculos XVII e XVIII, na França, como *entrepreneur* - termo utilizado pelo economista franco-irlandês Richard Cantillon. Segundo Hisrich (1986), a palavra traduzida de forma literal, significa intermediário. De lá até os dias atuais muitos autores se dedicaram a definir a palavra empreendedor - interpretações essas que serão úteis também no entendimento do conceito de empreendedorismo, já que são palavras da mesma família, ou seja, têm a mesma origem.

Definir esse termo é algo muito complexo, visto que ele varia dependendo da época e autor. Além disso, o conceito sofreu bastante interferência do contexto histórico e econômico de cada época (OLIVEIRA, 2012). Para entender um pouco melhor, irei expor neste artigo autores, em ordem cronológica, que definiram o que é o empreendedor.

Landström e Benner (2010) apresentaram as definições dos principais autores pensadores pioneiros do empreendedorismo: Richard Cantillon, no século XVIII, descreveu o empreendedor como aquele que estava envolvido nas trocas

de produtos, voltadas para o lucro e tomada de decisões em meio a incerteza; já Say, também no século XVIII, definiu o empreendedor como um agente que aloca recursos financeiros, produzindo e gerando retornos maiores.

No século XIX, Quesnay (1888) apresentou o empreendedor como o representante da classe produtiva, aquele que gerava a renda para a sociedade na qual estava inserido. Em uma sociedade capitalista agrária, eram os que faziam uso da terra e a gestão da mão de obra.

O século XX contou com a contribuição de importantes autores como, por exemplo, Shumpeter, Drucker e Miller. Schumpeter (1959), descreveu o empreendedor como aquele que corre riscos. Drucker (1986), como aquele que consegue maximizar as oportunidades. Já para Miller (1983), empreender seria um conjunto de proatividade, inovação e tomada de risco.

Ainda no século XX, considerado como pensador contemporâneo, Filion (1999) também contribuiu com sua visão. Ele caracterizou o empreendedor como um indivíduo que consegue imaginar, desenvolver e realizar aquilo que idealizou. Para o autor, o empreendedorismo seria um assunto heterogêneo, pois existem vários níveis de análise e não uma teoria central e consolidada.

Já no século XXI, Dornelas (2008) descreve empreendedor como sendo aquele que se esforça para gerar riquezas, transformando o conhecimento obtido em produtos e serviços e, assim, gera inovação.

Atualmente, os dicionários definem empreender como “colocar em ação; realizar” e “pôr-se em marcha; tentar; arriscar” (ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS, 2008, P. 482). Já o Sebrae (2019) sintetiza que o empreendedorismo é capacidade do indivíduo de identificar um problema e/ou oportunidade, criar uma solução e aplicar recursos no desenvolvimento de algo que seja positivo para a sociedade, gerando mudanças e impacto - visão semelhante com a de Dornelas que diz que:

Empreender pode ser definido como ato de realizar sonhos, transformar ideias em oportunidades e agir para concretizar objetivos, gerando valor para a sociedade (DORNELAS, 2008, p.2).

2.1.1. Empreendedorismo no Brasil

No Brasil, o tema empreendedorismo só começou a ser citado e estudado em trabalhos acadêmicos na década de 1980. Mas, foi de fato na década de 1990 que o assunto se estabeleceu de forma mais consolidada no país, com a fundação do Sebrae. Essa instituição foi criada com o objetivo de oferecer suporte para

empreendedores iniciarem suas empresas, desde a criação do projeto até o acompanhamento e resolução de problemas depois que o negócio já estivesse em operação. Em 1999, o governo federal criou o Programa Brasil Empreendedor, destinado a apoiar os empresários. Foi no mesmo período que o empreendedorismo começou a se espalhar pelo Brasil por meio dos negócios com vendas online (DORNELAS, 2005).

De acordo com Costa (2009), o Brasil depende que seus habitantes estejam envolvidos em atividade empreendedora. Para isso, é necessário que o país ofereça suporte para que as empresas possam crescer e gerar mais empregos. Além disso, o governo tem o desafio de migrar empresas ilegais para a formalidade, diminuindo os impostos e dando mais garantias aos empreendedores.

Em relação ao potencial brasileiro, Baggio & Baggio (2014) afirmam que o país tem uma das maiores riquezas naturais do mundo, mas não consegue explorar da maneira correta “o potencial empreendedor dos brasileiros”.

Segundo o GEM (2017), no Brasil existem alguns aspectos favoráveis para o empreendedorismo prosperar no país: características da população brasileira, como por exemplo, capacidade de realização e superação de desafios; a diversidade étnica e cultural como forma de inspiração e esperança para os empreendedores; ser um território com poucas barreiras para abrir um negócio e de fácil acesso aos consumidores; e programas e políticas do governo implementadas para fomentar e auxiliar o empreendedor.

2.1.1.1. O papel do pequeno empreendedor

Com base nos dados apresentados pelo Sebrae (2020), no Brasil, as micro e pequenas empresas representam 89,93% do total de estabelecimentos no país. São mais de 19 milhões de empreendimentos, dos quais 9.795.497 são microempreendedores individuais e mais de 7.479.935 são micro e pequena empresas, presentes, principalmente, nos setores de serviços e comércio. Cerca de 50% desses negócios estão reunidas apenas na região sudeste do país.

De acordo com o Sebrae (2014), a definição de micro e pequena empresa (MPE) pode ser feita tanto pelo número de pessoas ocupadas dentro da empresa ou pela receita arrecadada.

Sob a perspectiva da quantidade de pessoas, tratando-se de estabelecimentos de serviços e comércio, é classificada como microempresa o negócio que possui até nove pessoas. Já empreendimentos que ocupam de dez

a 49 pessoas, são chamados de pequenas empresas. Na indústria, micro empresas contam com até 19 pessoas e as pequenas de 20 a 99 pessoas ocupadas (SEBRAE,2014).

Pelo método que classifica o porte dos estabelecimentos pelo faturamento bruto anual, as micro empresas são aquelas que tem a receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00. Já na empresa de pequeno porte, essa receita é superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00. Essa definição foi definida pela Lei Geral, que também é conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. A Lei Geral foi estabelecida pela Lei Complementar nº. 123/2006. O objetivo dessa legislação é estimular o crescimento desses pequenos *players* do mercado, para fomentar a geração de empregos, melhorar a distribuição de renda, a inclusão social e a economia, além de reduzir a informalidade (SEBRAE, 2020).

Além das MPE's, há também o microempreendedor individual (MEI). O MEI é o indivíduo que trabalha por conta própria e é registrado como pequeno empresário. O microempreendedor só pode ter apenas um funcionário e não pode ter ou fazer parte de outra empresa, seja como titular ou sócio. Além disso, a receita bruta anual do MEI tem que ser igual ou inferior a R\$81.000,00 (SEBRAE, 2020).

De acordo com o SEBRAE (2020), a Lei Geral garante tratamento diferenciado para o MEI e MPE. Esse tratamento começa desde a abertura e legalização da empresa, que tem um trâmite simplificado e unificada. Esse processo conta com um sistema informatizado que garante o compartilhamento de dados e de uma base cadastral única, possibilitando que a entrada de dados e documentos tenha que acontecer apenas uma vez. Outro ponto foi a criação do Simples Nacional. O Simples, como também é conhecido, é uma forma de tributação para micro e pequena empresa e para o microempreendedor individual. Esse regime para a MPE reúne o recolhimento de oito impostos em uma única alíquota. Já para o microempreendedor individual na alíquota única, estão presentes apenas três impostos. Para o MEI, o recolhimento é mensal e tem valor fixo, independente da receita. Tratando-se de fiscalização, a Lei Geral prevê para esse grupo uma fiscalização educativa e não punitiva e baseado no critério de dupla visita. Quanto a participação em licitações públicas, a MPE tem tratamento favorecido e diferenciado.

Com base no que foi publicado pelo GEM (2018), o faturamento dos empreendedores brasileiros revela uma característica muito importante do Brasil: a predominância de um empreendedorismo de subsistência. Segundo esse

relatório, metade dos estabelecimentos faturam apenas o que equivale a um salário mínimo por mês, em torno de R\$12.000,00 por ano. Apenas 2,5% dos empreendedores iniciais e 4,8% dos empreendedores estabelecidos faturam acima de R\$5.000,00 por mês. Vale destacar que, em conjunto, esses últimos dois grupos faturam mais de 100 bilhões por ano.

Segundo o Sebrae (2016), a taxa de sobrevivência das empresas com até dois anos de existência é de 77%, antes esse percentual era de 54%. A instituição afirma que a melhora dessa taxa é devido ao aumento do número de MEI no país, apontando ainda que, quando o microempreendedor individual é excluído, a taxa de sobrevivência passa para 58%. O MEI implica em um impacto positivo na taxa, porque a sua participação no quantitativo de empresas é alto. De 2008, ano que foi criado, até 2012 essa participação passou de zero para 63%.

Para o Sebrae (2016), a causa da morte de uma empresa aqui no Brasil é um conjunto de fatores como: situação do empresário antes de iniciar o negócio, planejamento da empresa, capacitação em gestão empresarial e a gestão do seu empreendimento.

A probabilidade de fechamento é maior entre os empresários que estavam desempregados antes de abrir o negócio, que tinham pouca experiência no ramo, que abriram o negócio por necessidade (ou exigência de cliente/fornecedor), tiveram menos tempo para planejar, não conseguiram negociar com fornecedores, não conseguiram empréstimos em bancos, não aperfeiçoavam produtos ou serviços, não investiam na capacitação da mão-de-obra, não buscaram inovar, não faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, não diferenciavam seus produtos e não investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial (SEBRAE, 2016, p.53).

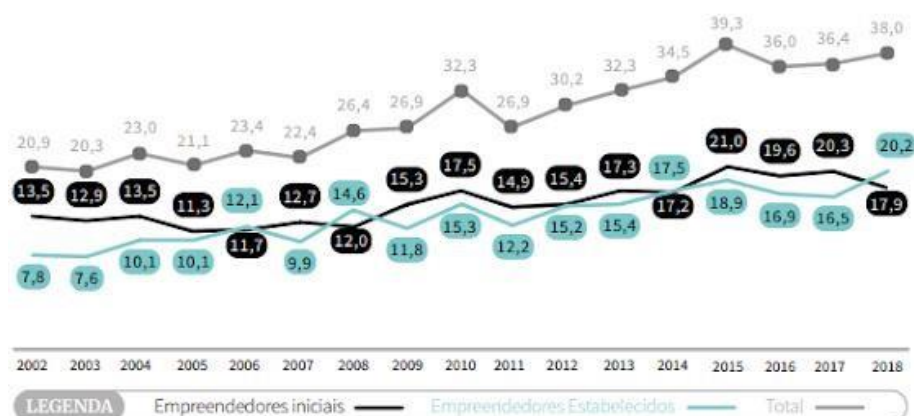
2.1.1.2. Taxas de empreendedorismo

Para analisar o nível do empreendedorismo no Brasil, é necessário não só atentar para a taxa geral mencionada na introdução, como para a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) e para a taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE). Os empreendedores nascentes, que compõem a TEA, são as pessoas que estão desenvolvendo e são proprietários de um novo negócio, porém esses estabelecimentos ainda não conseguiram pagar salários, pró-labore ou qualquer remuneração aos donos por um período maior do que três meses. Outro tipo de empreendimento que compõem a TEA são os empreendedores novos, eles são donos e são responsáveis por administrar um novo negócio que já remunerou o seu dono por um intervalo de tempo maior que três meses e inferior a três anos e meio. Esses dois grupos que compõem a TEA são considerados empreendedores

iniciais. Já a TEE, é composta por empreendedores que administram e são proprietários de empresas tida como consolidadas, esse rótulo se deve ao fato dessa organização já ter conseguido remunerar seus donos por um período superior a três anos e meio. Dessa forma, a taxa geral de empreendedorismo, também conhecida como taxa de empreendedorismo total (TTE), é formada pela junção da TEA e da TEE, e mede o grau de empreendedorismo em um país. Em 2018, essa taxa no Brasil foi de 38%. Isso significa que, a cada 100 brasileiros, entre 18 e 64 anos, 38 estão envolvidos com alguma tarefa empreendedora (GEM, 2018).

Segue abaixo um gráfico retirado do relatório GEM Brasil (2018), que decompõe a taxa geral de empreendedorismo e que ajuda a entender um pouco melhor esse índice aqui no Brasil:

Figura 1 Evolução da taxa de empreendedorismo



Fonte: GEM Brasil 2018

Analisando a série histórica da TEA e TEE no gráfico acima, podemos ver que a variação com os anos anteriores não foi muito grande, estando em torno de 17 a 20%. No entanto, ainda é possível notar um crescimento ao longo dos anos, que demonstra que a atividade empreendedora no país está em expansão. Outro ponto de atenção é a taxa de empreendedores estabelecidos está quase sempre menor que dos empreendedores iniciais. Isso representa que todo ano novos estabelecimento abrem, mas nem todos conseguem sobreviver e se estabelecer (GEM, 2018).

2.1.1.3. Ambiente para empreender

De acordo com o GEM (2018), a partir da visão de empreendedores brasileiros, o empreendedorismo está muito difundido em todo território nacional,

fazendo parte da vida de muitas pessoas. Trinta e três por cento da população sonha em ter o próprio negócio, sendo que, em 2017, esse percentual era de 17%. Fato esse que o GEM (2018) destaca como muito curioso, visto que esse percentual quase dobrou de um ano para o outro. Além disso, 31,4% da população brasileira reconhecem a existência de boas oportunidades no mercado para os próximos seis meses, esse percentual caiu muito em relação ao ano de 2017, que foi de 46,4%.

Quase a metade das pessoas brasileiras conheciam alguém que começou o seu próprio empreendimento em 2017 (46,5%). Esse percentual decresceu expressivamente, visto que em 2018 esse percentual foi de 34,4% (GEM, 2018).

Outro fator importante da mentalidade do brasileiro em relação ao empreendedorismo é que a maioria afirma ter habilidades, conhecimentos e experiência para a abertura de uma empresa. Esse indicador contrasta bastante com o nível de escolaridade e qualificação da mão de obra no Brasil. Esse resultado conversa com o fato de que a maioria dos brasileiros admitem que o medo do fracasso não os impede de começar um negócio (GEM, 2018).

2.2. Características do empreendedor

Compreender as características do empreendedor é importante para conhecermos o que as pessoas que empreendem têm em comum. Além disso, nos ajuda a ter um panorama de quem são esses empreendedores, especialmente os brasileiros.

Sob a perspectiva dos autores Salim, Nasajon e Mariano (2004), o empreendedor é feito pelo conjunto das habilidades, experiência, *know-how* e *networking*. Eles desmistificam a ideia de que ser um empreendedor é uma habilidade nata.

Salim (2010) ressalta que não existe um perfil padrão de empreendedor, mas algumas características são bem frequentes na grande maioria dessas pessoas. O autor destaca que são elas: comportamentos e hábitos que podem ser adquiridos e desenvolvidos; atitude clara e proativa; fácil identificação das oportunidades no ambiente; facilidade em aprender; conseguem desenvolver planos para atingir seus objetivos; são comunicativos; possuem conhecimento para poder tomar decisões; transformam ideias em realidade; e geram valor para a sociedade em que vivem.

Em acordo com Salim (2010), Dornelas (2014) afirma que não existem características exatas no empreendedor. Ele acredita que qualquer pessoa pode desenvolver habilidades e comportamento empreendedor.

Já Bernardi (2003), traz como características principais: ter feeling para oportunidades, exercer influência, ser agressivo, ter vontade de realização, autoconfiança, dinamismo, independência, persistência, criatividade, não desistir por causa das frustrações, estar disposto a correr riscos, liderança, equilíbrio e habilidade de relacionamento.

Já Dolabela e Fillion (2000), elencou as principais características entre os empreendedores mais bem sucedidos, conforme tabela abaixo:

Tabela 1 Características dos empreendedores de sucesso

Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a juventude
Experiência em negócios
Diferenciação
Intuição
Envolvimento
Trabalhadores incansáveis
Sonhadores realistas (visionários)
Líderes
Trabalham em rede com moderação
Têm seu próprio sistema de relações com os empregados
Controladores do comportamento das pessoas ao seu redor
Aprendizagem dos seus próprios padrões

Fonte: Fillion 2000

2.2.1. Perfil do empreendedor brasileiro

O Sebrae (2018) estabeleceu as dez características que os empreendedores devem desenvolver para garantir uma boa gestão de seus negócios, são elas:

Figura 2 Características dos empreendedores brasileiros

- Estabelecer metas;
- Buscar oportunidades e ter iniciativa;
- Buscar informações;
- Conquistar parceiros e formar minha rede de contatos;
- Manter a qualidade de meus produtos e serviços e a eficiência do meu negócio;
- Planejar e checar se esses planos estão sendo realizados;
- Estar comprometido com meus projetos;
- Ser persistente;
- Correr riscos calculados;
- Ser independente e autoconfiante.

Fonte: Sebrae 2018

2.2.1.1. Faixa Etária

Ao analisar a faixa etária, podemos observar que em 2018 nos estabelecimentos iniciais, os predominantes são pessoas mais jovens, de 18 a 44 anos. São mais de cinco milhões de jovens, de 18 a 24 anos, que estão envolvidos com a criação de um novo estabelecimento. Quando é observado os empreendimentos estabelecidos, é possível notar como predomina as pessoas com mais idade, principalmente entre 35 a 64 anos. A faixa etária onde se concentra o maior número de empreendedores é a de 35 a 44 anos (GEM, 2018).

2.2.1.2. Escolaridade

A maior parte dos empreendedores têm o ensino médio completo, 22,7 milhões de brasileiros. 24,7 milhões não têm o ensino médio completo e apenas 4,8 milhões cursaram o ensino superior. É possível observar que a diferença das taxas entre os empreendedores iniciais e estabelecidos são pequenas em todos os níveis de escolaridade. Além disso, cerca de um quarto dos brasileiros que não concluíram o ensino médio são responsáveis pelos negócios estabelecidos do país (GEM,2018).

2.2.1.3. Renda Familiar

Em número absoluto, a maior parte dos empreendedores - cerca de 16,7 milhões de pessoas - têm de um até dois salários mínimos como renda familiar. A quantidade de empreendedores com renda familiar menor do que um salário mínimo é três vezes maior do que das famílias que recebem mais de seis salários mínimos. Outro ponto que merece destaque é o fato de a taxa dos empreendedores consolidados decrescer conforme a renda diminui, demonstrando que quanto menor a renda, menos duradouro é o negócio. A taxa de empreendedores iniciais não parece sofrer influência da renda familiar (GEM, 2018).

2.2.1.4. Gênero

Na questão do gênero, os homens são mais empreendedores do que as mulheres, sendo essa diferença de 4,5 milhões de um gênero para o outro. A relação do gênero nos empreendedores, iniciais ou estabelecidos, é equilibrada.

No entanto, ainda é possível notar que entre os homens há uma prevalência dos empreendedores consolidados. A diferença entre mulheres e homens nos novos negócios é menor do que a diferença nas empresas que já são estabelecidas (GEM, 2018).

2.3. Desafios do empreendedorismo

Nesta seção será exposto o que são os desafios para os empreendedores e quais são as dores mais comuns que impactam na atividade do empreendedor. Além disso, compreender suas dificuldades é de grande valia, pois entendendo esse cenário é possível que se crie planos de ação para enfrentar esses problemas. Fornece também um panorama geral para que quem pensa em empreender ou que acabou de entrar nesse ramo possa conhecer melhor o contexto empreendedor e preparar-se para encará-lo.

No dicionário, desafio significa provocação que se faz a alguém para ver se é capaz de fazer algo ou tarefa difícil de ser executada (ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS, 2008, P. 405). Para Endeavor (2016), o desafio é uma faculdade presente no empreendedorismo:

Empreender é encarar desafios dos mais variados tipos. Todo dia, empreendedores precisam priorizar sua infindável lista de demandas. Não são poucos os que se perdem nessa rotina e acabam tendo que “apagar incêndios” com frequência (Endeavor, 2016, p. 33).

De acordo com Endeavor (2016), uma organização global de fomento ao empreendedorismo publicou uma pesquisa que visava entender melhor os maiores desafios enfrentados pelos empreendedores. Com base no que foi afirmado pela organização, os três maiores desafios enfrentados pelos empreendedores estão relacionados a gestão de pessoas, gestão financeiro, jurídico e regulamentação.

Já para o Sebrae (2016) os principais desafios encontrados no primeiro ano de funcionamento de um empreendimento brasileiros são: falta de cliente, falta de capital, falta de conhecimento, mão de obra, imposto/tributo, inadimplência, concorrência e burocracia.

O GEM (2017), por sua vez, vê como os principais fatores limitantes para o empreendedor no Brasil as políticas governamentais e programas; falta de apoio financeiro e o contexto político juntamente com o clima econômico. O relatório destaca ainda que existem algumas políticas do governo que são positivas, como o MEI, mas que em sua grande maioria torna-se um desafio para o empreendedor.

Áreas como a tributária e a desburocratização são apontadas como ponto de melhora para contribuir com a abertura e sobrevivência de negócios no país. Quanto a questão do apoio financeiro, a disponibilidade e o acesso a esse recurso ainda é um problema para o fomento do empreendedorismo. Já a questão do contexto e do clima econômico impacta o animus do empreendedor brasileiro, devida a grande instabilidade e crises que acontecem no país.

2.4. Motivação

Um melhor entendimento sobre o conceito de motivação e suas teorias será essencial para entender a relação dos empreendedores brasileiros com seus ofícios e a decisão de optarem por esse estilo de vida. Vale ressaltar que, de acordo com Bergamini (1997), as teorias não se anulam, elas são complementares. Isto significa que elas interagem simultaneamente. Outro aspecto da motivação, como afirma Vergara (2005), é que ela é intrínseca e que as pessoas não motivam as outras, isto é, é a própria pessoa que é capaz de se motivar.

A separação mais simples entre os fatores que levam as pessoas a empreenderem é a questão da necessidade e oportunidade. Conforme a definição do GEM (2018), são considerados empreendedores por oportunidade aqueles que deram início ao seu negócio por observar e identificar uma brecha no ambiente em que estão inseridos. Já o empreendedor por necessidade é aquele que começou o seu empreendimento por falta de alternativas para geração de renda e ocupação. No Brasil, em 2018, 61,8% dos novos empreendedores iniciaram suas atividades por oportunidade e 37,5% por necessidade. Vale ressaltar que o percentual por necessidade cresceu muito, visto que, em 2014, esse percentual era de 29,1% (GEM, 2018).

Um ponto a ser destacado é que esses fatores não são excludentes, eles podem coexistir na decisão do empreendedor iniciar um negócio, por isso, a soma dessas duas taxas não resulta em 100%, dado que em alguns empreendimentos não é possível identificar se é por necessidade ou oportunidade (GEM, 2018).

Além dessa motivação para iniciar o negócio, há ainda muitas outras teorias, que não necessariamente estão atreladas apenas aos empreendedores, mas sim os trabalhadores de uma forma geral. Para entender um pouco melhor sobre a motivação e seus enfoques, abaixo estão algumas dessas teorias, agrupadas de acordo com duas abordagens: objetivos e necessidades.

2.4.1. Abordagem baseada em Objetivo

Segundo Robbins (2002), a motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência que uma pessoa orienta nos esforços para alcançar um objetivo. Dessa forma, a motivação se caracteriza pelo comportamento do indivíduo diante a estímulos externos. Em outras palavras, a motivação surge em decorrência de propósitos que o indivíduo quer atingir. Para entender um pouco melhor essa perspectiva, iremos apresentar a seguinte teoria:

- Teoria X e Y – McGregor.

2.4.1.1. Teoria X e Y

A Teoria X e Y, de Douglas McGregor, divide o ser humano de acordo com duas visões: uma negativa, Teoria X, e uma positiva, Teoria Y. A Teoria X parte da premissa que os funcionários não gostam de trabalhar, são preguiçosos e evitam responsabilidade e, por isso, devem ser orientados e coagidos a trabalharem. Logo, o estilo de gestão adotado deverá ser autoritário e coercitivo. O que motiva os trabalhadores está relacionado a salário, benefícios e promoção. Em uma perspectiva oposta, a Teoria Y tem como premissa que os empregados gostam de trabalhar, são criativos, buscam responsabilidades e se auto direcionam. Assim, o ofício se apresenta de uma forma natural e a pessoas podem aceitar e buscar a responsabilidade. O que motivaria esse outro grupo seria autorrespeito, capacidade de solucionar problemas, autonomia e aquisição de novos conhecimentos (ROBBINS, 2002).

Sendo assim, McGregor acreditava que não existia um modo certo ou errado de o gestor agir com os funcionários. A abordagem dependeria do comportamento do grupo de trabalho que se está sendo gerido. A elaboração dessa visão dicotômica foi uma tentativa de síntese entre as visões do trabalhador apresentadas na corrente Mecanicista e Humanista (MATSUOKA, 1997).

2.4.2. Abordagem baseada em Necessidades

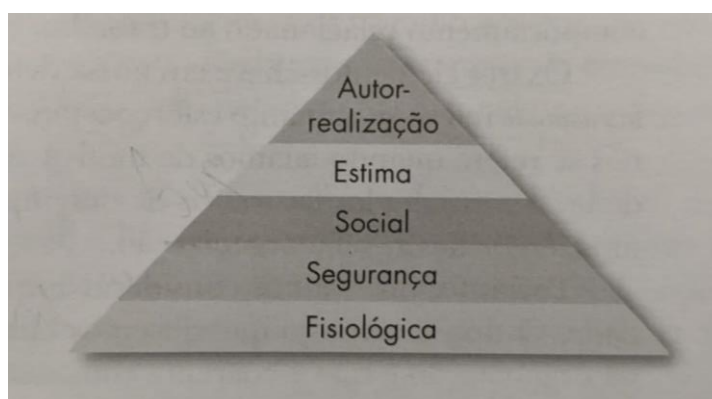
Sob a ótica de Archer (1997), o que motiva uma pessoa é mais do que um objetivo. É preciso que seja atendida uma necessidade do indivíduo. Em outras palavras e, de acordo com esse segundo enfoque, a motivação é decorrente da satisfação das necessidades individuais de cada um - necessidades essas que vão mudando e, conforme satisfeitas, evoluindo. Para entender um pouco melhor essa outra perspectiva, iremos apresentar as seguintes teorias:

- Teoria da Hierarquia de Necessidades – Abraham Maslow;
- Teoria dos Dois Fatores– Frederick Herzberg;
- Teoria de Necessidades – David McClelland.

2.4.2.1. Teoria da Hierarquia de Necessidades

Para Robbins (2002) a teoria mais conhecida sobre motivação é a da Hierarquia de Necessidades. A teoria afirma que as pessoas têm necessidades e essas são divididas em cinco categorias, conforme figura abaixo:

Figura 3 Pirâmide de Maslow



Fonte: Robbins 2002

De acordo com Robbins (2002), as categorias são separadas conforme a natureza. Segue abaixo alguns exemplos de cada categoria representada pelos níveis da pirâmide:

- Autorrealização: crescimento, autocontrole, independência, desafios;
- Estima: autoestima, confiança, respeito dos outros;
- Social: família, amigos, amor;
- Segurança: empregos, saúde, prosperidade;
- Fisiologia: respirar, comer, beber, dormir, etc.

Além disso, nenhuma necessidade pode ser preenchida totalmente. Logo, ao passo que cada uma delas é substancialmente atendida, a próxima classe passa a ser dominante e assim, a pessoa se move para o topo da pirâmide. Os níveis da base da pirâmide - fisiológicas e de segurança - são chamadas de necessidade de nível inferior, e as demais de nível superior.

Robbins (2002) explica, ainda, que as necessidades de nível inferior são satisfeitas quase sempre externamente, por meio de remunerações, acordos sindicais e permanência no emprego. Já as de nível superior, são satisfeitas internamente, isto é, dentro do indivíduo.

2.4.2.2. Teoria dos Dois Fatores

De acordo com o estabelecido por Robbins (2002), a teoria dos dois fatores tem como premissa a relação básica da pessoa com o trabalho. Essa teoria estipula que fatores intrínsecos estão associados à satisfação, já os extrínsecos são relacionados com a insatisfação.

- Fatores Higiênicos (extrínsecos): A falta de atendimento dessas necessidades gera a desmotivação. Exemplos: salários, relação com a chefia, etc;
- Fatores Motivadores (intrínsecos): Ao satisfazê-los, é promovida a satisfação. Exemplos: Reconhecimento, realização pessoal, etc.

Para o autor, atender aos fatores higiênicos não resulta em motivação, mas o indivíduo não estará insatisfeito. Para incentivar, é necessário a presença dos fatores motivadores e o atendimento das necessidades inferiores (ROBBINS, 2002).

2.4.2.3. Teoria de Necessidades

Para Robbins (2002), a teoria de McClelland estabelece que a realização, o poder e a afiliação são três necessidades importantes que ajudam a explicar a motivação. Para essa teoria, a motivação está ligada ao impulso de ter sucesso nas tarefas realizadas, não tanto pelas recompensas externas, extrínsecas, mas principalmente pela realização pessoal, intrínseca. Segue abaixo as necessidades elencadas pelo autor e suas definições:

- Necessidade de realização: busca por excelência, isto é, alcance do sucesso;
- Necessidade de poder: vontade de exercer influência sobre o comportamento de outras pessoas;
- Necessidade de afiliação: desejo de relacionamentos interpessoais próximos e amigáveis.

A teoria destaca, ainda, que as pessoas preferem metas que as desafiem. Os indivíduos se sentem motivados quando têm bastante responsabilidade, feedback e um grau médio de riscos (ROBBINS, 2002).

2.4.3. Relação dos enfoques

Conforme mencionado anteriormente, as teorias não se excluem, elas são complementares. Sendo assim, para compreender o que motiva os empreendedores brasileiros, as teorias de Herzberg, Maslow e McClelland foram selecionadas para realizar a análise dos resultados deste trabalho. O método escolhido para relacionar essas teorias e elencar o que motiva o empreendedor foi o quadro desenvolvido pelo autor Raul Ribas, no artigo *A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação* (2011), publicado na Revistas Eletrônicas da PUC – SP.

No quadro, são associadas as necessidades inferiores da teoria de Maslow, com os fatores higiênicos de Herzberg, e também como os estímulos para alcançar o poder de McClelland. No outro lado, estão relacionadas as necessidades superiores de Maslow, com os fatores motivadores de Herzberg e com os impulsos para realização de McClelland (RIBAS, 2011). O intuito do quadro é mostrar onde os fatores motivacionais citados pelos entrevistados se encaixam nas teorias. A fim de ilustrar, a imagem abaixo mostra como as teorias interagem:

Figura 4 Relação das teorias da motivação



Fonte: Ribas 2011

3 Metodologia

Este capítulo do artigo vai estabelecer e definir o método para a elaboração do presente trabalho. Para atingir o objetivo deste estudo será realizada uma pesquisa qualitativa com empreendedores da cidade do Rio de Janeiro. Sendo assim, de acordo com Roesch (2005), a metodologia é um conjunto de procedimentos que determinam os meios e a trajetória a serem obedecidos para que o objetivo geral de um estudo seja alcançado. Segundo Gerhardt e Silveira (2019, p.31), esse modelo de pesquisa tem os seguintes aspectos:

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. [...] O objetivo da amostra é de produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações (DESLAURIERS, 1991). [...] A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT E SILVEIRA, 2019, p.31).

Apresentado isso, as especificidades da pesquisa e os instrumentos utilizados para realizá-la serão expostos neste tópico, assim como a forma que os dados foram tratados.

3.1. Método de pesquisa

Para alcançar os objetivos, anteriormente estabelecidos, foi realizada uma pesquisa, como mencionado neste capítulo, classificada como qualitativa. Essa categorização deve-se a sua abordagem do problema. Ela é conveniente, porque, de acordo com Gil (2008), infere que o estudo exploratório tem como principal objetivo desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, proporcionando uma visão ampla sobre um contexto específico. Cenário esse que se encontra na temática do empreendedorismo, uma vez que se trata de um tema com bastante peculiaridades e em constante evolução, necessitando um prisma generalista para conectar todos os fatores que o impactam e o definem.

A pesquisa qualitativa proposta não terá uma expressiva representatividade numérica dos itens levantados junto aos entrevistados, mas de fato terá o foco na interpretação e significados obtidos na aplicação dos

questionários (SILVEIRA; CÓDOVA, 2009). Esse tipo de abordagem será utilizado para o estudo da realidade empírica, no qual é valorizado o contato e experiência do pesquisador e as frases e palavras escritas são entendidas como imprescindíveis na elaboração e exposição dos resultados - isso porque aos dados coletados serão utilizados para construção e interpretação das informações (DEMO, 2001). Dessa forma, de acordo com Roesch (2006), o estudo com a abordagem qualitativa vai possibilitar a compreensão mais profunda acerca do tema discutido, uma vez que apresenta sua natureza exploratória, indicada na fase de investigação da pesquisa. Já, sob o ponto de vista de Vieira (2002), a pesquisa exploratória possibilita uma maior familiaridade ao pesquisador e ao problema de estudo, expondo um fato complexo ou um problema.

A pesquisa adota um caráter descritivo, isto é, o estudo ultrapassa uma simples identificação da existência ou não de relação entre variáveis. Assim, ela contribui com uma nova visão, se aproximando da pesquisa exploratória. A abordagem exploratória e descritiva é conveniente ao estudo, uma vez que os fatos e os dados foram observados, anotados, descritos e analisados, objetivando compreender a fundo o tema estudado (GIL, 2008).

3.2. Ferramenta utilizada na coleta de dados

Para fazer o estudo, foram utilizadas entrevistas com os participantes. A entrevista é uma técnica para a realização de uma pesquisa qualitativa, cuja aplicação necessita de aptidão do entrevistador para captá-la e direcioná-la a fim de responder o objeto do estudo. Sabendo que é uma ferramenta caracterizada pelo material não estruturado, direto e pessoal, o entrevistado é conduzido para que sejam averiguadas as motivações, crenças, atitudes e sentimentos subjacentes sobre um tópico (MALHOTRA, 2006; ROESCH, 1999). Para Roesch (1999), o objetivo primário da entrevista é compreender os significados e perspectivas dos respondentes atribuídos a questões, situações e contextos, pensando a partir das suposições do pesquisador. A decisão de escolher entrevista para a coleta de dados foi motivada pela possibilidade de obter informações para compreender como os empreendedores enxergam e lidam com o contexto brasileiro para estabelecimento dos negócios.

Para realizar as entrevistas, foi utilizado a ferramenta Zoom, plataforma de reunião online. Cada respondente teve a entrevista feita de forma individual em horários distintos. Com a autorização dos entrevistados, as conversas foram gravadas e transcritas, possibilitando uma melhor captura e análise de dados.

Outra indicação importante, para a compreensão de como foram coletadas as informações, é que as entrevistas foram baseadas em um roteiro semiestruturado utilizado para direcionar o entrevistado, que, após a abordagem do tópico, poderia discursar livremente sobre o tema. Os tópicos visaram compreender o entendimento do contexto Brasil, a partir da ótica dos empreendedores. Para isso foram investigados: os desafios enfrentados e suas superações; o cenário do país; motivações e o impacto do empreendedorismo na vida desses empreendedores. Com isso, foi possível obter uma visão mais ampla sobre o tema estudado.

3.3. Delimitação da pesquisa

Para a realização da pesquisa foram convidados dez empreendedores atuantes em território brasileiro, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro. Vale ressaltar que foi levado em consideração, no momento da escolha dos entrevistados, os diferentes ramos de atuação, idade, gênero, tempo de abertura do empreendimento, situação econômica e formação, a fim de alcançar um público variado, visando a coleta de perspectivas complementares.

Como bem expressa Fossatti e Luciano (2008), em decorrência de questões de aspectos de pesquisa, ausência de base conceitual e de tempo hábil, a análise foi realizada por meio de uma interpretação geral dos dados, expondo somente os pontos indispensáveis para corresponder aos objetivos da pesquisa. A pesquisa foi feita com base neste caráter simplificativo e se limitando a empreendedores que atuam na cidade do Rio de Janeiro, ou seja, uma amostra muito pequena diante da grande quantidade de empreendedores e do total de localidades existentes no território brasileiro.

3.4. Método de análise de dados

De acordo com Fossatti e Luciano (2008), a etapa que analisa os dados qualitativos obtidos é indispensável a pesquisa, uma vez que essa fase faz a relação entre o problema de pesquisa, com as informações coletadas e com o referencial teórico. Sendo assim, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo simplificada, que contém os tópicos extraídos da aplicação das entrevistas. Esse tipo de análise é uma averiguação da comunicação, buscando ter indicadores, sejam eles quantitativos ou qualitativos, que possibilitem a inferência de conhecimentos do que cada entrevistado falou (FOSSATTI; LUCIANO, 2008;

ROESCH, 2005). Para complementar, segundo Bardin (1977), essa técnica é apenas uma via única de análise, porém é um instrumento marcado por uma grande quantidade de formas e é adaptável a vasto grupo de aplicações, chamado de comunicações.

Para realizar a análise, o conteúdo foi estruturado conforme segue abaixo:

- O contexto Brasil para empreender;
- Desafios do empreendedorismo e superação;
- Motivação.

3.4.1. Entrevistados

Para melhor entendimento sobre quem são os entrevistados e a fim de organizar os dados de cada respondente foi elaborada a tabela abaixo:

Tabela 2 Entrevistados

Sigla	Idade	Gênero	Tempo de abertura	Renda familiar	Formação	Oportunidade Necessidade	Ramo
E1	25	Masculino	4 anos	23 salários	Ensino médio	Oportunidade	TI
E2	21	Feminino	3 anos	3 salários	Ensino fundamental	Necessidade	Beleza
E3	32	Masculino	6 anos	2 salários	Ensino médio	Os dois	Moto peças
E4	35	Feminino	2,5 anos	4 salários	Ensino médio	Necessidade	Fotografia
E5	22	Feminino	2,5 anos	12 salários	Ensino Superior	Oportunidade	Papelaria
E6	40	Feminino	10 anos	10 salários	Sem ensino fundamental	Necessidade	Acessório feminino
E7	57	Feminino	6 anos	5 salários	Ensino superior	Oportunidade	Moda Feminina
E8	28	Masculino	4 anos	15 salários	Ensino médio	Oportunidade	Produtos sensuais
E9	22	Masculino	6 anos	17 salários	Ensino superior	Oportunidade	Alimentação
E10	38	Masculino	3 anos	2 salários	Ensino médio	Necessidade	Moda Masculina

Fonte: Elaborado pela autora

As siglas “E” foram utilizadas para manter em sigilo os entrevistados e suas informações. Além disso, é importante destacar que durante toda a análise do resultado da pesquisa as falas serão referenciadas com essas siglas.

4. Análise e Resultado

A análise, para entender o resultado das entrevistas, foi baseada em quatro pilares: entendimento do contexto Brasil, a partir da ótica dos empreendedores; desafios e suas superações; motivações e o impacto do empreendedorismo na vida dos empresários, conforme já ilustrado no capítulo de metodologia. Portanto, os resultados foram apresentados de forma que o conteúdo estivesse organizado nessas categorias e orientado para atingir os objetivos especificados na introdução. Para entender melhor a temática do empreendedorismo no Brasil, busca-se entender, em vários aspectos, o que é e como é ser empreendedor aqui no país.

O setor das empresas foi bastante variado: houve entrevistados do ramo da beleza, da alimentação saudável, fotografia, papelaria, acessórios e moda feminina, moda masculina, tecnologia da informação, moto peças e de produtos sensuais. Todos os negócios têm dois ou mais anos de existência.

4.1. Perfil dos entrevistados

Como mencionado anteriormente os selecionados para a entrevista têm características bem plurais. Tratando-se da faixa etária, assim como o levantamento feito pelo GEM (2018), a maioria dos empreendedores estão na faixa etária de 35 a 44 anos. Além disso, também é possível observar que os negócios em fase inicial são administrados pelos mais jovens e os consolidados por pessoas acima de 35 anos. O número de negócios estabelecidos e iniciais estão divididos igualmente.

A respeito da renda familiar, a distribuição nas faixas salariais não é uniforme. Há entrevistados com a renda familiar de até dois salários, enquanto outros com até 23 salários mínimos. Vinte por cento dos respondentes recebem até dois salários, 30% recebem de três a 5 salários e 50% recebem mais de 6 salários por mês. É interessante notar que esse cenário está distante da realidade brasileira, visto que cerca de 50% dos empreendedores do país recebem apenas doze mil reais por ano.

Já sobre o gênero, 50% dos entrevistados são mulheres e 50% são homens. Esses índices destoam um pouco do cenário brasileiro uma vez que em território nacional há mais homens empreendendo do que mulheres.

4.2. Escolaridade e Competências

Para entender um pouco melhor a relação dos empreendedores com o modo de gerir o seu negócio e as dificuldades no dia a dia, o estudo trouxe um tópico que pretendia investigar melhor a formação e área de saber dessas pessoas. Dez por cento dos entrevistados não fizeram nem o ensino fundamental, outros 10% fizeram apenas até o ensino fundamental, 50% se formaram apenas até o ensino médio e os outros 30% concluíram o ensino superior. Assim como no cenário do país, descrito na revisão de literatura, a maior parte dos empreendedores são pessoas que possuem sua formação até o ensino médio.

Apenas 40% têm algum conhecimento formal em gestão de negócios. É interessante observar que mais da metade dos empreendedores relataram não ter conhecimento teórico em administração de empresas:

Eu nunca ocupei nenhuma cadeira de administração, seja em cursos online, técnicos ou na faculdade. Por não ter esse tipo de especialização, eu fui matando um leão por dia, pedia ajuda a outras pessoas ou pesquisava rapidamente na internet quando me deparava com alguma questão que nunca tinha ouvido falar (E5).

Os entrevistados apresentaram, ainda, algumas competências técnicas que eles consideram importante para tocar o negócio. Cada entrevistado poderia citar o número de habilidades que achava importante. A variedade não foi muito extensa, muitos empreendedores citaram a mesma competência. A mais votada foi conhecimentos na área de Marketing Digital e mídias sociais, seguido de contabilidade, gestão financeira, direito, gestão de pessoas e, por último, noções em administração.

Quando você tem uma empresa você acaba se deparando com a contabilidade. Não é essencial que você saiba tudo, por isso que existem os contadores, mas é imprescindível que você entenda alguma coisa para poder supervisionar e gerenciar, afinal a empresa é sua, não do contador (E1).

O marketing digital hoje, pelo menos para mim e para os empreendedores que conheço, é fundamental. Porque não basta você ter um bom produto, é preciso que as pessoas saibam que você tem um produto bom. Além disso, você precisa estar onde o seu público está, falar como o seu público fala, você precisa ter um diálogo com essas pessoas para que elas queiram estar e comprar com você (E5).

Como dito no referencial teórico, Salim (2010) diz que as pessoas desenvolvem habilidades para ser empreendedor e essas não são natas ou exatamente a mesma para todos. No trecho anterior é possível observar que cada um dos entrevistados acha importantes habilidades que fazem parte do seu cotidiano. Existem conhecimentos que se repetem para a maioria, mas nenhum entrevistado respondeu exatamente as mesmas habilidades, em quantidade e tipo, que outro respondente.

Entre os empreendedores que tem algum tipo de conhecimento formal sobre gestão, apenas 10% tinha antes de abrir o negócio:

Antes de abrir o meu negócio, eu tinha feito um curso técnico durante o ensino médio de administração. Então eu consegui reciclar e botar em prática muita coisa do que eu tinha aprendido. Não vou dizer que por conta disso foi fácil, mas foi menos doloroso (E8).

Os outros só buscaram se aperfeiçoar conforme as dificuldades foram aparecendo:

No começo, eu apanhei muito porque eu não tinha nenhuma noção de gestão financeira. Eu não sabia quais eram os meus custos reais, não sabia onde alocar as contas, não sabia nem mesmo se estava tendo lucro ou prejuízo. Para conseguir continuar e manter meu negócio, tive que buscar conhecimento. Me inscrevi em um curso de gestão financeira do Sebrae e hoje a realidade da minha empresa é outra. Tenho todos os números guardados e organizados, sei exatamente as contas que posso fazer e quanto eu tenho a receber. Se eu não tivesse feito isso, talvez minha empresa não existiria mais (E10).

Como apresentado no capítulo dois, o Sebrae é uma instituição muito importante para o empreendedorismo no país, entre muitas funções, ele auxilia e capacita empreendedores.

Tratando-se de competências comportamentais, a variedade mencionada foi um pouco maior. As competências mais expostas pelos empreendedores entrevistados foram: organização, proatividade, disciplina, liderança, inteligência emocional, empatia, *networking*, boa comunicação, disposição a correr riscos, inovação e persistência.

Vale a pena destacar que a característica disposição a correr riscos e inteligência emocional foram as mais mencionadas, sendo a última citada por seis dos entrevistados. Essas características também são mencionadas por muitos autores durante a revisão da literatura. Assim como os entrevistados, os escritores não pontuam uma característica, mas sim um conjunto delas. Correr riscos

também é um traço muito popular entre os escritores, fazendo parte do perfil do empreendedor.

Quando a gente idealiza e planeja uma empresa, você não tem certeza absoluta que aquele empreendimento vai dar certo. É um investimento de risco alto. Você tenta controlar todas as variáveis e estar atento a tudo, mas isso não é a garantia do sucesso. Por isso, é primordial que quem é empreendedor tenha apetite a risco, porque o tempo inteiro ele está correndo um risco (E10).

Já a inteligência emocional é:

um termo que reúne um monte de características. Porque é a forma que eu lido com as coisas que eu sinto, tem a ver autoconhecimento, com empatia, com a forma que eu interajo com as pessoas, como eu lido com as situações, como eu reajo frente aos problemas e como eu uso isso para resolver esses problemas. E essas coisas são fundamentais para mim que estou à frente de um negócio. Confesso que tenho muito a trabalhar para aperfeiçoar essa característica, mas quanto mais eu trabalho nisso, mais eu tenho a sensação de ser uma profissional melhor (E7).

Outro entrevistado ainda pontuou:

se você é um empreendedor aqui no Brasil, você vai passar por muitas dificuldades. É uma montanha russa, um dia você vai estar muito bem e no outro muito mal. Então, você tem que saber lidar com esses momentos e a inteligência emocional é fundamental para isso (E9).

4.3. Como é ser empreendedor no Brasil

Para entender um pouco melhor a visão dos próprios empresários de como é ser um empreendedor no Brasil, a pergunta foi bem ampla, para que as respostas fossem as mais pessoais e abertas possíveis. Um ponto curioso foi que, até o momento dessa pergunta, não havia tido nenhum viés negativo ou positivo do contexto Brasil e 100% dos respondentes explicitaram como é difícil ter uma empresa no país. Esse dado é interessante porque nos retorna a fala de Baggio & Baggio (2014), visto que ele afirma que o país não é capaz de aproveitar ao máximo todo o potencial que existe no empreendedor brasileiro.

Nós que moramos nos centros urbanos, saímos as ruas e vemos a quantidade e variedade de lojas nos calçadões, pessoas andando para baixo e para cima cheias de sacolas e imaginamos que deve ser fácil ter uma loja. Só que quando você abre uma, ou melhor, quando você pensa e tenta abrir uma, você começa a perceber que a história não é bem essa. Ser um empreendedor aqui no Brasil é muito suado, as exigências, a burocracia, os custos, a demora, a instabilidade política e muitas outras coisas torna a nossa vida muito pior. Não vou dizer que é impossível

empreender aqui, porque não é, mas você precisa se esgotar e ralar muito para conseguir (E7).

Outro fator relevante e que chamou atenção é que nesse momento 40% dos entrevistados compararam os Estados Unidos (EUA) com o Brasil em relação à máquina pública, às leis, fiscalização e ao custo de equipamentos. No que diz respeito aos custos, alguns deles preferem comprar no exterior:

Eu trabalho com fotografia. Os equipamentos que eu preciso comprar são muito caros aqui. Eu compro dos Estados Unidos, que mesmo pagando em dólar sai mais barato do que comprar aqui (E4).

Outro entrevistado declarou:

se eu já tenho sucesso aqui no Brasil, imagina se eu fosse em empreendedor no EUA? Não ia sobrar para ninguém (E2).

A questão mais levantada quando citamos o empreendedorismo no Brasil foram os altos impostos. Cerca de 70% dos respondentes, logo de início, disseram que isso é o que torna a vida do empreendedor mais difícil, como foi o caso do E9 que declarou:

é um absurdo, a gente paga muita coisa para funcionar. Muitas vezes pagamos mais de impostos do que temos de lucro líquido (E9).

Logo em seguida, citada por 60% dos entrevistados, a burocracia surgiu como uma das principais dificuldades para se empreender. Os respondentes exemplificaram essa questão com as seguintes afirmações:

Para você fazer qualquer coisa, se eu precisar de uma documentação, essa documentação às vezes demora meses. Como exemplo eu posso citar o alvará. Para conseguir um do corpo de bombeiros, eu demorei três meses para só então poder abrir uma loja, é tudo muito complicado (E9);

O problema todo é que eles exigem milhões de passos e documentação para tudo que você vai fazer, mas quando você vai tentar fazer esses passos e emitir essas documentações, não há suporte, demora uma eternidade e os órgãos não funcionam direito. Então o grande problema não está apenas na burocracia em si, mas na falta de infraestrutura do país para arcar com toda essa burocracia (E7).

Além disso, surgiram questões que serão expostas na próxima sessão. Um dos entrevistados, idealizador da marca de moto peças, finaliza sua resposta dizendo:

Ser um empreendedor no país é uma missão bastante difícil, costume dizer que se você empreende aqui no Brasil você está preparado para fazer o mesmo em qualquer lugar do mundo (E3).

Tudo que foi exposto neste capítulo refuta o que foi dito no tópico de empreendedorismo, visto que esses entrevistados são pessoas que estão em ação para garantir a existência de seus negócios. Eles estão tentando e se arriscando para desenvolver algo de positivo para a sociedade, assim como definiu o Sebrae (2016). Mesmo diante das dificuldades que estão sendo encontradas neste caminho, esses indivíduos estão lutando para transformar suas ideias em oportunidades, gerando valor para a sociedade e riquezas como declarou Dornelas (2008). Além disso, mesmo com a legislação estabelecida - que de acordo com o Sebrae (2020) visa estimular o crescimento desses pequenos *players* do mercado, fomentar a geração de empregos, melhorar a distribuição de renda, a inclusão social e a economia, além de reduzir a informalidade – o resultado não está sendo o suficiente. Como será visto mais adiante, a Lei Geral conseguiu auxiliar sim os pequenos empreendedores, mas ela ainda não consegue ser suficiente para a disseminação e a diminuição das barreiras do empreendedorismo no país.

4.3.1. Principais desafios

Para entender um pouco melhor de onde vem essa dificuldade mencionada pelos entrevistados na questão anterior, neste tópico será elencado quais aspectos mais pesam no contexto do país para empreender. Segue abaixo a listagem dos elementos mais levantados por esses entrevistados:

- Muitos tipos de impostos;
- Alto valor dos impostos;
- Burocracia para abrir e manter uma empresa;
- Burocracia, legislação e altas exigência no gerenciamento de colaboradores;
- Falta de leis que protejam os empreendedores;
- Falta de incentivos do governo;
- Baixo nível educacional da população;
- Falta de mão de obra qualificada;
- Alto custo;
- Falta de infraestrutura para a logística;
- Alto poder de barganha dos fornecedores, poucas opções nacionais;
- Alta taxa de juros;
- Falta de fiscalização;

- Concorrência informal desleal;
- Dificuldade de obter financiamento e empréstimos;
- Muita instabilidade política;
- Muita instabilidade econômica.

A partir da leitura dessas dificuldades listadas, podemos observar que os apontamentos feitos pelo Sebrae (2016) e pelo GEM (2017) nos desafios enfrentados também se aplicam a realidade dos entrevistados e dificultam o seu ofício como empreendedor no país.

Como é possível observar, os aspectos que devem ser melhorados são muitos. Mas assim como frisado acima, questões relacionadas a burocracia e impostos ganham protagonismo nas reclamações dos empreendedores e por isso serão mais exploradas. De acordo com o que foi exposto na revisão da literatura, o MEI e o MPE têm um trâmite simplificado e unificado para ajudar na questão da burocracia. No entanto, como podemos ver o processo definido e as normas estabelecidas ainda fazem parte do pesadelo desses pequenos empreendedores entrevistados, mostrando que é necessário mudanças. Já na questão da carga tributária, o Simples nacional traz facilidades, uma vez que para a MPE oitos impostos são unificados em uma única guia. No entanto, esse percentual, mesmo que simplificado, traz um impacto negativo para o dia a dia e sobrevivência desses negócios, como será melhor exemplificado abaixo.

A carga tributária do país é extensa. De acordo com os entrevistados, além de todos os tributos pagos a parte, há ainda aquele que às vezes não é percebido, mas que têm um grande impacto nas contas: os impostos e taxas pagos embutido nos preços das mercadorias e serviços que a empresa precisa comprar para existir e produzir. Sobre essa questão, os entrevistados salientam:

os impostos sobre o consumo são muito grandes, prejudicam o empreendedor tanto quando ele consome, como no preço final oferecido ao consumidor (E3);

a alíquota de imposto total aqui no país, que também inclui as taxas obrigatórias, é em torno de 69% do lucro das empresas, e olha que até mesmo nos países da América Latina essa média é de aproximadamente 46%, tornando tudo muito inviável (E1).

A respeito da burocracia, ela foi um dos primeiros impactos para esses empreendedores. Isso porque, conforme dito pelos entrevistados, quando resolvem abrir a empresa, é necessário passar por todos os trâmites e barreiras que a burocracia e a ineficiência governamental criam.

Para registrar o meu contrato social e para ter o meu CNPJ ativo eu demorei cerca de uns dois meses e meio. Para conseguir autorização para o letreiro da loja, foram longos quatro meses (E5);

O problema todo é que não é demorado e difícil para tirar uma documentação. É um processo complexo para tirar todas as documentações, que são muitas! Às vezes você tem que tirar a documentação para tirar a documentação, chega ser ilógico (E4).

Mas, além desses dois fatores, há ainda algumas questões bem relevantes e que foram muito discutidas nas entrevistas, como: falta de fiscalização, concorrência desleal do mercado informal, gestão de funcionários, falta de leis e incentivos, ausência de instituição para financiar os pequenos empreendedores.

Cerca de metade dos respondentes reclamaram que no país não há uma fiscalização real e adequada, favorecendo os estabelecimentos clandestinos que oferecem os produtos e serviços a um preço muito mais baixo, visto que não possuem despesas com impostos, encargos trabalhistas, certificação e aperfeiçoamento, entre outros. Para ilustrar um pouco melhor, durante a entrevista uma das entrevistadas que possui um salão de beleza disse:

Aqui no Brasil, em 15 anos de salão, nunca fui visitada pela fiscalização. Isso favorece para que haja um salão a cada esquina e muitas vezes não são profissionais qualificados, que não investiram em aperfeiçoamento assim como investi, que não pagam os impostos, que não pagam os encargos trabalhista. Assim, fica muito difícil para quem faz tudo de maneira correta. Parece que as configurações do sistema são para favorecer o que está errado e prejudicar a gente que faz o certo (E2).

Essa questão nos retorna a fala de Costa (2009) que diz que o governo brasileiro tem o desafio de migrar as empresas da ilegalidade, contribuindo para a diminuição dos impostos e garantia aos empreendedores. Ao haver mais fiscalização, os negócios que não seguem as regras estabelecidas serão penalizados e fechados, diminuindo a concorrência desleal mencionada pelos entrevistados.

Outro ponto muito mencionado pelos entrevistados foi a questão dos funcionários. O custo de contratação e manutenção desses trabalhadores é a principal reclamação dos entrevistados acerca do assunto:

o salário, é o de menos. Com o pagamento de fato, eu gasto cerca de 30% do total. O problema mesmo são os impostos e atribuições pagas ao governo. No final das contas é como se eu tivesse 2 funcionárias e só tenho 1 (E7).

Ainda se tratando do impacto nos custos de se ter um funcionário, os empreendedores acabam procurando outras estratégias para o negócio se tornar mais oneroso, como por exemplo:

Tornei a minha empresa familiar para evitar contratar funcionários. Quem é micro ou pequeno empreendedor não tem condições de bancar funcionários. Tornei os membros da minha família meus sócios e assim pagamos muito menos oferecendo o pró-labore” (E5).

E a terceirização, que segundo um dos entrevistados, é essencial para: ter braços auxiliando nas atividades do negócio de uma forma menos onerosa (E2).

No entanto, as reclamações nesse aspecto têm ainda mais razões. Conforme o que foi relatado por outro entrevistado:

No Brasil a mão de obra é muito pouco qualificada. Para se ter funcionários preparados é necessário investir alto em treinamento, mesmo para noções e funções básicas. As competências comportamentais são muito pouco desenvolvidas, gerando muita “dor de cabeça” na educação desses funcionários, além de altos custos. Acredito que esteja ligado diretamente ao fato da educação, de uma forma geral, ter um desempenho muito ruim no país. (E9)

Na entrevista, 40% dos respondentes citaram a falta de capital para abrir e fazer o negócio girar nos primeiros meses/ano.

Eu sabia o que e como eu queria vender, mas eu não tinha dinheiro para isso. A gente que abre um negócio pequeno não tem um canal para pegar um empréstimo bom e com condições justas (E5).

Somando a isso, vem a questão da falta de incentivos por parte do governo para auxiliar e investir nesses pequenos e novos empreendedores. Para os entrevistados:

A Lei Geral, ajudou muito quem é MEI e quem é MPE, mas ainda não é o suficiente. Para quem tem muito dinheiro, é mais vantajoso colocar o dinheiro guardado rendendo juros, do que o retorno que se tem usando esse dinheiro para abrir uma empresa (E9);

Às vezes, o que eu sinto é que falta uma maior coordenação das ações feitas pelo governo para o empreendedorismo e para a economia, criando um ecossistema empreendedor (E1).

As MPE's e os MEI's, como apresentado no capítulo dois, têm um papel muito importante no cenário econômico do país, representam 89,93% de todas as empresas estabelecidas em território nacional. O governo tem criado medidas, como a Lei Geral, para facilitar e melhorar a jornada desses empreendedores. No

entanto, como podemos ver pelas queixas dos entrevistados, as normas hoje estabelecidas ainda não são suficientes para garantir e promover o empreendedorismo no país e há muito o que melhorar para que o objetivo da legislação seja alcançado.

4.4. Desafios de ser empreendedor

Há ainda os desafios enfrentados por quem se aventura no mundo do empreendedorismo. Os desafios, segundo os entrevistados, surgem desde a elaboração da ideia de ser um empreendedor e vão até o dia a dia da empresa, mesmo depois de já consolidada.

Um fator que muitas vezes dificulta e limita o empreendedor logo no início, como citado por 50% dos entrevistados, é a falta de conhecimento e experiência. Esse resultado é interessante, pois em uma das perguntas anteriores foi constatado que 60% não têm nenhum tipo de conhecimento formal em gestão. Isso também refuta o que foi apontado pelo Sebrae (2016) que diz que a causa da morte de uma empresa é um conjunto de fatores. Entre eles estão: a falta de capacitação pessoal do gestor, de experiência e de investimento no aperfeiçoamento dos empregados.

Além disso, apenas 30% têm ensino superior. Essas declarações vão de encontro ao que foi indicado pelo GEM (2018) no referencial, uma vez que a maioria dos brasileiros afirmam ter habilidades, conhecimento e experiência para a abertura de uma empresa.

No ensino básico, você não recebe nenhum tipo de educação sobre finanças, sobre gestão, nem sobre empreendedorismo. Eu acredito que isso seja fundamental para fortalecer o desejo e capacidade de empreender nas pessoas, desenvolvendo uma cultura empreendedora mais forte em todo território nacional. Sem mencionar é claro que isso daria uma base para as pessoas que querem aprender e facilitaria essa jornada (E8, 2020).

Quanto a experiência, apenas 20% relataram ter tido orientação e auxílio de outras pessoas na hora de iniciar e tocar a empresa:

O *now how* e o apoio do meu pai foi primordial, devo a ele o sucesso e sobrevivência do meu empreendimento. Facilitou muito o meu início no mundo do empreendedorismo (E9).

Além disso, 80% informaram que o seu primeiro desafio foi o planejamento e seus desdobramentos. Para uma das entrevistadas:

planejar é fundamental, é sem sombra de dúvidas o primeiro passo. Porém, é quase um bicho de sete cabeças para quem nunca fez isso (E5).

Outra respondente destacou que:

você fica muito insegura na hora de planejar, pois o mundo é incerto e mutável e você quer fazer o melhor planejamento do mundo, pois sabe que o seu negócio depende de bons planejamentos e estratégias (E7).

Em contrapartida, há entrevistados que lembram que:

a pior parte não é nem planejar, porque muitas vezes o que está ali no papel parece tudo lindo, o problema maior é colocar aquilo na vida real, é agir e ir lidando com os imprevistos que vão aparecendo (E2).

Os outros 10% afirmaram não ter feito nenhum tipo de planejamento prévio, só foram executando as tarefas enquanto elas apareciam:

Meu negócio começou sem eu esperar, sem eu ter planejado e acho que até mesmo pensado. No começo, eu só estava fazendo um bico e a coisa toda foi crescendo. Quando eu vi já tinha uma demanda considerável e sem estrutura nenhuma. Apenas fui improvisando. Com o tempo, eu comecei a tentar pôr a casa em ordem, e a planejar o negócio (E10).

A questão do planejamento precário e falta de preparo foi muito apontada pelo Sebrae (2016) como um dos fatores que mais influenciam no fracasso de um negócio. Isso demonstra, que o planejamento e o preparo são primordiais, que se esses empreendedores investissem mais nisso, teriam menos dificuldades e menos consequências em seus negócios.

Outra grande questão para os iniciantes, muito bem ilustrada durante uma das entrevistas é:

[...] conseguir fazer o negócio engajar, ter aderência pelo público. Se apresentar, apresentar seu produto e fazer as pessoas te conhecerem e quererem comprar de você foi uma das coisas mais difíceis que eu me deparei. Lembro até hoje da minha primeira venda que não era da minha família e das primeiras curtidas e comentário no Instagram da empresa, foi muito suado, porém, muito emocionante (E5).

Esse desafio foi apontado por 60% dos entrevistados. Essa questão se aproxima a um fato levantado anteriormente a respeito das competências: o conhecimento em marketing, uma das habilidades consideradas mais importante pelos empreendedores.

Ao investigar como esses empreendedores lidam com esses desafios, as entrevistas retornam às competências comportamentais citadas acima. De acordo com 100% dos entrevistados,

não existem fórmulas para vencer os desafios, pois eles são muitos e dos mais variados tipos (E1).

Competências como a disposição a risco e inteligência emocional foram muito apontadas como sendo fundamentais para contornar os obstáculos que surgem no caminho do empreendedor. Os entrevistados relatam:

Não tem jeito, costumava falar que matamos um leão por dia, mas com o tempo eu constatei que não é só um leão por dia, são vários. E por isso é fundamental você não abaixar a cabeça, não ter medo dos riscos, e ter resiliência para correr atrás, cair e fazer de novo (E7).

Em concordância, outro entrevistado afirma:

o principal é você trabalhar o seu emocional, está preparado para qualquer coisa e não deixar se abater, porque tendo isso, o resto você consegue aprender e sobreviver aos seus problemas (E1).

As competências técnicas também se tornaram protagonistas nessa parte da entrevista. Sessenta por cento dos entrevistados afirmaram que para superar suas dificuldades é muito importante está sempre aprendendo algo novo, alguma habilidade, ler mais sobre novas ferramentas, sobre a legislação e está sempre atualizado:

os saberes são fundamentais para ter mais entendimento nas situações e mais possibilidades de fazer melhores escolhas (E6).

Mas, o mais interessante é que ninguém sabe tudo e nem nunca vai saber. O mundo muda a todo minuto, o que você aprendeu a uma hora atrás já pode estar obsoleto agora. Então você tem a obrigação sim de estar sempre em busca de novos conhecimentos, novas ferramentas, técnicas e estar sempre atento ao ambiente, a suas oportunidades e ameaças (E3).

Outro ponto bastante falado pelos entrevistados é o fato de que tiveram que admitir que não conseguem fazer tudo de forma solitária. Oitenta por cento dos entrevistados admitiram que em algum momento do seu empreendimento precisaram expandir sua equipe, pois, segundo eles, é quase impossível vencer tudo sozinho:

você precisa de outros *midsets*, se não, você se fecha em uma bolha e não consegue enxergar o que está bem na sua frente (E8);

Eu não tenho braços para atender todas as demandas sozinho, então eu preciso de pessoas que me ajudem nas tarefas (E1);

Não é só contratando gente para sua empresa, mas terceirizando, conversando com especialistas ou arrumando um sócio (E2).

Como definido no referencial teórico, os desafios podem significar uma tarefa difícil de ser executada. Pelo tanto de queixas e apontamentos feitos pelos entrevistados, isso reforça que ser empreendedor é uma tarefa complexa, com muitas variáveis e como bem pontuado pela Endeavor (2016), essas pessoas acabam apagando incêndios com bastante recorrência. Como é possível observar, assim como apontado por essa mesma instituição, questões relacionadas com pessoas, finanças, jurídico e regulamentação também são as categorias dos desafios mais apontados durante as entrevistas e se tornaram um ponto de atenção para quem quer empreender.

4.5. Motivação

Analisando a natureza do começo das organizações, 50% dos entrevistados começaram sua atividade como empreendedor por oportunidade, seja pelo fato de já vir de uma família que empreende, por enxergar uma oportunidade única no mercado, pela geração de renda extra para complementar a renda familiar ou pela oportunidade de escalar suas demandas e ganhar mais dinheiro. Enquadrado nesse último fator, um dos entrevistados afirmou:

Para quê trabalhar para uma empresa e ter um patrão e um salário, se eu poderia ter vários chefes, meus clientes, e vários salários? Foi assim que decidi abrir o meu CNPJ, para escalar os meus serviços e ganhos (E1)

Já a respeito de captar uma oportunidade no ambiente, um dos respondentes declarou:

Eu não seria empreendedora se eu não tivesse percebido essa oportunidade de lançar o meu produto. Parecia uma oportunidade única e decidi aproveitar e não me arrependo (E5).

Assim como o relato anterior, outra entrevistada também vislumbrou uma oportunidade no ambiente e investiu seus esforços para implantar sua empresa:

Eu sentia muita falta de uma loja de produtos sensuais que fosse mais próxima do público, que não fosse escondida e que não fosse um tabu. Dessa forma, eu e meu marido decidimos abrir nosso negócio. Deu tão certo, fomos tão bem recebidos e vendemos tanto que hoje eu e ele trabalhamos integralmente com isso (E8).

O empreendedorismo na esfera da renda extra pode ser exemplificado pela fala de uma das entrevistas que diz:

eu já tinha um emprego fixo, quer dizer, ainda trabalho como gerente em uma empresa. Mas percebi que poderia ter a chance de faturar uma renda extra no meu tempo livre. Por isso abri a minha loja e hoje concilio as duas ocupações (E7).

Nascido em um berço empreendedor, um dos respondentes expõe:

Quando eu nasci, minha família já tinha uma empresa há 20 anos. Não me vejo sendo outra coisa a não ser um empresário. Completando 16, meu pai me ajudou a abrir e a gerir uma franquia no ramo da alimentação. Desde então, já faz 6 anos que eu trabalho com isso (E9).

Já o entrevistado E3, teve muita dificuldade em definir se o seu empreendimento começou por necessidade ou oportunidade. Como descrito na literatura, as vezes não é possível optar por uma das duas:

Eu não me considero um empreendedor por necessidade nem por oportunidade. Com a crise que está o Rio, eu perdi meu emprego. Precisava me sustentar, e ao invés de procurar outro que me deixaria infeliz, tentei alinhar esse caminho empreendedor com a minha paixão de infância. Se não fosse essa oportunidade eu não seria empreendedor, procuraria outro emprego. E se eu não tivesse desempregado e precisando de dinheiro eu não abriria um negócio (E3).

Os outros 40% iniciaram sua trajetória no mundo do empreendedorismo por necessidade de uma fonte de renda. Ao questionar qual foi a natureza dessa necessidade, apareceram os seguintes relatos:

há muita pouca oportunidade no mercado para quem tem baixa escolaridade (E6);

eu tive uma filha muito nova, não tive muita condição para estudar. Sendo assim, o mercado estava fechado para mim (E2);

eu moro muito afastada do Centro da cidade do Rio de Janeiro, eu gastava muitas horas para ir e voltar. Sempre chegava atrasada, ficava exausta e meus patrões sempre reclamavam do valor da minha passagem (E4);

eu moro na favela, sempre me sentia muito humilhado nas entrevistas de emprego e nunca fui chamada para preencher nenhuma vaga. Por isso abri o meu próprio negócio" (E10).

Como podemos ver, assim como exposto no referencial teórico, a proporção de empreendedores por oportunidade é maior do que os por necessidade, revelando que a amostra utilizada na pesquisa representa bem o cenário brasileiro nesse quesito.

A pesquisa apresentou como resultado a existência de motivações múltiplas, de caráter pessoal, variando muito de empreendedor para empreendedor entrevistado. Analisando do ponto de vista das demais teorias, foi possível reunir essas motivações em cinco fatores. Para ilustrar esses motores relacionando-os com as teorias da motivação, apresentadas no capítulo do

referencial teórico, esses elementos foram colocados no quadro resumo das Teorias de Motivação feito por Raul Ribas (2011), conforme figura abaixo:

Figura 5 Quadro resumo das teorias da motivação



Fonte: Quadro elaborado por Raul Ribas (2011) e adaptado pelo autor de acordo com os resultados da pesquisa.

- **Sobrevivência (alimentação, higiene, etc.):**
 Não existe nada que me motive, eu e a minha família empreendemos para ganhar o pão do dia a dia. No final do dia, só estamos acostumados. Não pensamos mais (E6);
- **Ter dinheiro para contratar um bom plano de saúde, comodidades para mim e minha família e acumular bens:**
 Meu sonho é ter uma casa que acomode bem minha família e poder viajar. Acredito que, com a escolaridade que tenho, um emprego não me proporcionaria essas coisas de uma forma melhor ou mais rápida do que tendo meu próprio negócio (E2);
 Ter uma ocupação flexível em que haja tempo para a família e construir um ambiente de trabalho amistoso e com pessoas que eu seleciono: "Agora posso trabalhar com o meu marido, tenho mais tempo para a minha família, e eu prezo muito por isso (E8);
- **Ser um grande empreendedor, ter sucesso e uma grande empresa:**
 Eu fui criado dentro do mundo do empreendedorismo. Meus pais foram empreendedores, e agora eu também sou. Então, eu sempre tive o sonho de ser um grande empresário. Quero sentir orgulho de mim, da minha empresa, dos meus funcionários (E9);
 Minha força vem de dois momentos: a empolgação e satisfação que eu fico com as nossas realizações. A empolgação com as nossas novas criações, com o nosso site, nossos álbuns e embalagens. Já a satisfação vem quando fecho as encomendas para enviar no correio, e chego com mais de 100 de uma só vez e todo mundo no correio fica me olhando torto tipo "que absurdo! O que será q ela vende (E5).

- Construir um mundo melhor, sentir-se desafiado e fazer o que ama de forma lucrativa:

O que me dá forças é fazer o que amo! Sempre me interessei por essa área, e decidi criar esse e-commerce. Hoje me sinto super realizada, me sinto querida pelos meus clientes, levo alegria e liberdade para a vida das pessoas. E saber que, além de ganhar dinheiro, passa o dia todo aprendendo sobre o que eu amo e transformo a vida de algumas pessoas não tem preço (E8).

Como dito anteriormente e pode ser observado na figura acima, as teorias se complementam. Analisando sob a ótica de Herzberg apud Robbins (2002) de um lado estão os fatores higiênicos, que são associados a motivação de empreender por necessidade. Podemos ver questões como sobrevivência, que englobam conseguir manter uma moradia, alimentação, condições de higiene, assim como a segurança de conseguir manter seus desejos e necessidades atendidas. Tudo isso sendo possível pelas recompensas externas geradas pelos seus empreendimentos. Do outro lado do quadro, podemos ver os fatores motivadores que muitas vezes se associam ao empreendedor por oportunidade. Isso porque, para esses empreendedores, iniciar e manter negócio vai muito além da questão da sobrevivência e segurança, eles enxergaram uma oportunidade no ambiente e investiram nela, para trazer outras recompensas que estão voltadas mais para os fatores de natureza interna, como o desejo de se sentir desafiado e na intenção de fazer do mundo um lugar melhor para se viver.

Já a partir da perspectiva de Maslow apud Robbins (2002), podemos ver os passos da jornada empreendedor. A empresa criada precisa fornecer meio para que o empreendedor sobreviva e atenda a suas necessidades inferiores, isto é, fisiológicas e de segurança. Caso o empreendedor não consiga atender essas categorias, de acordo com os entrevistados, eles se sentiriam desmotivados ao tocar seu negócio, visto que se esforçam e não têm retornos e muito menos frutos, e seria necessário mudar a estratégia. Ser reconhecido, se sentir desafiado, ganhar status, construir uma grande marca, seriam fatores que deixariam os empreendedores motivados, uma vez que estariam satisfazendo suas necessidades superiores. Ao caminhar pelos fatores, podemos ver uma certa hierarquia das necessidades dos respondentes.

E por último, a teoria de McClelland apud Robbins (2002) pode-se relacionar com o comportamento dos empreendedores, isto é, eles são impulsionados a conseguir meios para sobreviver e sentem a necessidade de realização, que perseguem através de suas metas estabelecidas. Essas metas

mudam progressivamente através dos estímulos e o indivíduo se sentem realizados de uma forma interna ao atingi-las.

4.6. Ganhos e perdas

Essa questão teve o intuito de entender melhor a relação do empreendedor com os frutos que o ato de empreender trouxe para a vida de cada um, compreendendo como abrir o próprio negócio impactou a vida dessas pessoas. Levantar essa temática nos ajuda a pensar um pouco a trajetória desse empreendedor, como, por exemplo, o que ele ganhou que o fez querer continuar sua jornada e o que ele perdeu que talvez o tenha levado a considerar a desistência.

Setenta por cento dos entrevistados diante dessa questão dos ganhos começou levantando os bens materiais que conquistou com os frutos do trabalho como empreendedor. Citaram casa, carro, a condição de vida que tem hoje e viagens que conseguiram fazer:

Eu amo olhar para trás e ver tudo que eu consegui conquistar. Talvez se eu não tivesse escolhido esse caminho não teria nem a metade do que tenho hoje (E4).

Os outros 50% começaram falando do conhecimento, experiência, amigos e independência que ganharam:

O nível de conhecimento que adquiri desde quando eu comecei é um absurdo. Nenhum cursinho me daria o que aprendi na prática (E9);

Quando eu virei empreendedor comecei a conhecer muita gente, pessoas que sabem muito, sempre antenadas e envolvidas nesse mundo dos negócios. Com certeza o networking que fiz foi um dos meus maiores ganhos (E7).

Quarenta por cento comentou a respeito do amadurecimento durante a caminhada. Um dos entrevistados ainda frisou:

Eu achava que era fácil a vida, descobri que não era quando virei empreendedor (E10).

É interessante notar como a maior parte dos entrevistados se referiram a ganhos que se enquadram bem nas necessidades inferiores de Maslow apud Robbins (2002), como sendo algo positivo em sua profissão, e como, uma parte menor focou mais nos fatores que são intrínsecos e estão elencadas mais nas necessidades superiores. Isso demonstra que ainda há pessoas no estágio inicial na hierarquia de Maslow, que satisfizeram suas necessidades primária, para então se preocuparem com as necessidades superiores.

Analisando as perdas, 20% relataram ter perdido um pouco da liberdade, devido ao alto volume de trabalho e o fato de ter que estar sempre à frente das questões de suas empresas. Uma das respondentes ilustrou essa sensação:

eu senti grande perda da minha liberdade. A impressão que tenho é que virei escravo do meu próprio negócio (E6).

Além disso, 50% realçaram a questão dos benefícios dos empregados de carteira assinada em relação aos empreendedores:

se o empreendedor não trabalhar, ele não ganha. Com essa crise de 2020, devido a pandemia do COVID-19, o comércio está impossibilitado de abrir, então o dinheiro não entra. Mas as contas chegam, aluguel, fornecedores. Já o funcionário, ele tá recebendo, trabalhando ou não (E10).

Apenas 30% relataram algum problema de saúde decorrente da sua atividade como empreendedor. No entanto, apesar de poucos, os relatos chamaram atenção:

Eu trabalhei tanto ano passado, que minha maior perda foi na minha saúde, pois estou com labirintite funcional a nove meses e não consigo curar! Diariamente esse problema tem me atrapalhado e vem da cervical por excesso de trabalho e tensão. Não consigo mais executar uma das funções que tinha antes na empresa e, por conta disso, e como só tenho dois funcionários, isso me impede também de conseguir aumentar as vendas (E5).

A perda mais apontada pelos entrevistados pode ser relacionada aos fatores higiênicos da teoria dos dois fatores, visto que é extrínseco. Isso confirma que a ausência desses fatores gera insatisfação nesses trabalhadores, sendo considerado por eles as maiores perdas depois de escolherem esse caminho.

4.7. Continuar ou não?

Por fim, gostaríamos de saber se os entrevistados estão satisfeitos ou não com o caminho que estão seguindo. Entender se, mesmo com todos os percalços e dificuldades, ainda sim a vontade e desejo de empreender se sobressai. Ao encerrar nossa entrevista com essa questão, 70% dos respondentes disseram que não trocariam o empreendedorismo por outra carreira, os outros 30% disseram que desistiriam desse ofício.

Daqueles que afirmaram a continuidade, os relatos foram que as vantagens acabam se sobressaindo as desvantagens e todos eles não se imaginam trabalhando para outra pessoa. Fatores entendidos como primordiais para optar pela continuidade foram: anseio de ser empreendedor desde a infância, ser o

chefe, não ser limitado a um salário fixo, ser reconhecido, ter a satisfação de construir algo que é próprio e ter autonomia e independência.

Saber que você está se esforçando por você, que você é o chefe e os frutos desse árduo trabalho é da sua empresa e seu é muito gratificante. Como funcionário eu me sentia limitado, como empreendedor eu sou muito mais livre e os limites muito mais frouxos (E1).

Espontaneamente, três desses setes respondentes levantaram a questão que, se fosse possível, abririam seus negócios em outro país. Segundo eles, estar longe da legislação, exigências, politicagem, máquina pública, instabilidade e burocracia brasileira seria proveitoso:

eu amo ser empreendedor e amo o Brasil, mas se eu pudesse ser empreendedor em outro país, onde as regras são mais flexíveis, eu gostaria de tentar (E3).

Os 30% restante que optariam por desistir do empreendedorismo afirmam que é muito mais fácil ser assalariado, ter uma vida mais tranquila e um trabalho que exija menos. Eles ressaltam que o país também não facilita e que os aspectos negativos superam os positivos:

Eu já tive mais de um empreendimento, mas se eu recebesse uma boa proposta de trabalho, não pensaria duas vezes. Ser empresário demanda tudo de você, além de você está jogado por sua conta e risco. Ainda mais aqui no Brasil que você rema e existem milhões de barreiras que fazem você sair muito pouco do lugar. (E6)

A luz da Teoria dos Dois Fatores, os que desistiriam de empreender são aqueles que não estão satisfeitos e motivados com o ofício de empreendedor. Isso porque, eles não conseguiram chegar aos fatores motivadores com essa profissão e modo de vida. Além disso, não tiveram também alguns fatores higiênicos atendidos e por isso decidiram não permanecer nesse caminho.

Aqueles que optaram por continuar, conseguiram ter em suas vidas a presença dos fatores motivadores e conseguiram atender suas necessidades inferiores. Dessa forma, sentem-se motivados a continuar nessa caminhada e investir nessa jornada mesmo com outras opções.

5. Conclusão

Este trabalho pretendeu investigar a visão que os empreendedores têm do cenário brasileiro para exercerem seu ofício.

Tal questão se mostra importante na medida em que o papel econômico e social dos micro empreendedores individuais e das micro e pequenas empresas no Brasil é muito relevante, visto que esses representam mais de 89% das empresas do país. Logo, é muito relevante entender o nível que o empreendedorismo está disseminado, além das barreiras que existem para se empreender. Para que, assim, tenha-se um ponto de partida para criação de políticas que promovam e facilitam a abertura e manutenção desses empreendimentos que são fundamentais para o desenvolvimento e crescimento do país.

Para aprofundar a análise pretendida, investigou-se a perspectiva dos autores Landström et al (2012), Oliveira (2012), Benner (2010), Quesnay (1888), Schumpeter (1959), Drucker (1986), Miller (1983), Fillion (1999), Dornelas (2008), Sebrae (2016), Costa (2009), Baggio & Baggio (2014) e GEM (2017) sobre o que é um empreendedor e o empreendedorismo. Além disso, para se ter maior conhecimento sobre o contexto do Brasil, foram selecionados dados do Sebrae e do relatório GEM Brasil. Essas informações revelaram a estrutura empresarial, o nível de empreendedorismo, a mentalidade da população em relação ao tema, a razão da mortalidade das empresas e as principais legislações vigente no Brasil. Traçar esse tipo de conhecimento é primordial para compreender a conjuntura do país para se estabelecer um negócio, além de ser de suma importância para se entender o objetivo e a temática deste estudo.

Também foram expostas as principais características dos empreendedores segundo a visão dos autores Salim, Nasajon e Mariano (2004), Salim (2010), Dornelas (2014), Bernardi (2003), Dolabela e Fillion (2000). E o perfil do empreendedor brasileiro de acordo com o Sebrae (2014) e GEM (2018). Esse tópico foi muito importante para que fosse possível compreender quem são essas pessoas que fazem parte do assunto da pesquisa.

Além disso, foi revisado na literatura os desafios do empreendedor com base na Endeavor (2016), Sebrae (2016) e GEM (2017). Isso porque, o objetivo

era identificar quais são os desafios e quais, entre eles, são os mais recorrentes para quem empreende.

Também se utilizou das teorias da motivação: Oportunidade e Necessidade, X e Y, Hierarquia de Necessidades, Dois Fatores e de Necessidade. Entender as propostas dessas teorias é fundamental para poder analisar as razões que fazem com que esses empreendedores escolham, sigam esse caminho e não desistam perante as adversidades.

Para atingir os objetivos pretendidos realizou-se entrevistas qualitativas com os empreendedores deste país. As entrevistas foram realizadas com dez pessoas que empreendem no Rio de Janeiro. Essa amostra foi selecionada de acordo com as pessoas que estavam disponíveis, visto que o mundo está enfrentando dificuldades e mudanças na rotina por conta do isolamento social e pandemia do COVID-19. Os dados foram tratados através de transcrição das informações obtidas pelas perguntas realizadas, com o intuito de relacioná-los com o referencial teórico pesquisado, respondendo e atingindo os objetivos deste estudo.

A primeira questão levantada por esta pesquisa foi a temática dos conhecimentos e área de saber dessas pessoas. Foi instigante notar como a escolaridade desses empreendedores é baixa, apenas 30% tem o ensino superior. Além disso, mesmo estando a frente, nem todos têm conhecimento em gestão, o que acaba evidenciando uma falta de preparo, de conhecimento e também traz mais dificuldades para elaboração e gestão de um negócio.

Também se discutiu a perspectiva dos empreendedores sobre como é o Brasil para se empreender. A resposta foi unânime: no país há muitas barreiras que dificultam a disseminação da mentalidade empreendedora e a prática de empreender. Esse aspecto chama muita atenção visto que esse tipo de negócio é fundamental para a economia e desenvolvimento do país, conforme exposto acima. Isso evidencia que tal aspectos precisam ser revistos pelas autoridades competentes, e políticas públicas e de incentivos sejam elaboradas e implementadas em todo território nacional.

A investigação apontou que a questão da burocracia, carga tributária e legislação são as que mais pesam para os empreendedores brasileiros. No entanto, a lista de reclamação é extensa e os aspectos que precisam melhorar são muitos: falta de fiscalização, concorrência desleal do mercado informal, gestão de funcionários, falta de leis e incentivos, ausência de instituição para financiar os pequenos empreendedores, entre outros. Além dos desafios gerados pelo contexto Brasil, há também os desafios que estão atreladas ao tipo de ofício.

Para essas questões não há muito o que se fazer, mas desenvolver habilidades, trabalhar competências comportamentais e admitir que não se pode fazer tudo sozinho e montar uma equipe pode ser umas das soluções para diminuir as barreiras e dificuldades.

Por último, dentre as principais questões abordadas salientam-se os motivos que levaram esses empreendedores a criarem os empreendimentos. Eles apresentaram as diferentes perspectivas para iniciar, manter e continuar com o negócio. Foi interessante analisar como as motivações são tão plurais, e observar a existência de um grupo que se tivesse a oportunidade desistiria e um outro grupo que frisa que, mesmo com tamanha dificuldade que enfrentam, não largariam esse caminho por nada. Os entrevistados mostraram ainda como essa profissão tem um impacto sobre suas vidas e que todos têm perdas e ganhos com esse caminho que resolveram trilhar. É o conjunto e o saldo desses fatores, que faz com que eles persistam ou não.

Com base no que foi exposto durante este estudo, a pesquisa atingiu seus objetivos. Foi possível analisar como é ser empreendedor no país. Conseguiu-se identificar quais são os piores aspectos do Brasil para o empreendedor, além de entender os desafios enfrentados por eles. Outra questão que foi possível compreender diz respeito a motivação dessas pessoas. Foi analisado quais foram os impactos, o que essas pessoas ganharam ou perderam depois que começaram empreender e os motores que alimentam essa atitude empreendedora.

Como contribuição ao meio acadêmico, este estudo busca motivar as discussões sobre empreendedorismo em todo país, principalmente porque os pequenos negócios representam grande parte dos estabelecimentos no território nacional. Voltar aos olhos para essas pessoas para entender as dificuldades e o que as levam a desistirem do caminho é fundamental para criar soluções e estimular o surgimento de novos negócios, gerando valor para toda sociedade.

Dito isto, esta pesquisa não vislumbra esgotar as reflexões feitas, pelo contrário, quero incentivar que estas sejam expandidas. Sugere-se que estudos desta temática sejam incentivados, pois foi observado que é uma temática rica, além de ser uma área que precisa sofrer grandes modificações no Brasil. Entender o problema é uma forma de se construir soluções. E com base na importância do empreendedorismo para o Brasil, incentiva-se também a investigação e a exploração do tema: microempreendedor individual e o trabalho precário. Isso porque, como dito anteriormente, cerca de 50% dos empreendedores brasileiros têm como renda familiar apenas 1 salário mínimo por mês, além de não terem muitos aparatos legais e benefícios.

Referências Bibliográficas

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. VOLP – **Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa**. Editora Global. São Paulo: 2008.

ALVARENGA, Darlan. **Empresas gastam 1.958 horas e R\$ 60 bilhões por ano para vencer burocracia tributária, apontam pesquisas**: Brasil é o país onde mais se gasta tempo calculando e pagando impostos, segundo Banco Mundial. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/brasil-cai-em-rankingmundial-de-educacao-em-ciencias-leitura-e-matematica.ghml>. Acesso em: 17 out. 2019.

ARCHER, E. R. **O mito da motivação**. In: BERGAMINI, C., CODA; R. (Org.). *Psicodinâmica da vida organizacional – Motivação e liderança*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BAGGIO, A.; BAGGIO, D. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, creative commons*, Ed. 1, p. 25-38, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas Organizações**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 1997.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão**: Fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1 Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

COSTA, C. da. **O empreendedor no Brasil**. *Administradores*, [s.l.], 23 mar. 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/ascaracteristicas-e-operfil-do-empreendedor/24327/>. Acesso em: 18 abr.2020.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**. Campinas: Papirus, 2001.

DESLAURIERS J. P. **Recherche qualitative: guide pratique**. Québec (Ca): McGrawHill, Éditeurs, 1991.

DOING BUSINESS. Disponível em: <https://portugues.doingbusiness.org/>. Acesso em: 19 set. 2019.

DOLABELA, Fernando e FILION, Louis Jacques. **Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa**. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

DORNELAS, J. **Transformando Ideias em Negócios**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2005.

_____. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier.

_____. (2014) **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. 5ed, Rio de Janeiro. Elsevier.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

ENDEAVOR, Brasil. **Pesquisa Desafios dos Empreendedores Brasileiros 2016**: Estudo da Endeavor, realizado com apoio da Neoway e coleta de dados do Datafolha, mostra quais são os desafios mais doloridos de diferentes perfis de empreendedores. 2016. Disponível em: <http://info.endeavor.org.br/desafiosdosempreendedores>. Acesso em: 12 abr. 2020.

FILION, L.J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. São Paulo, Revista de Administração de Empresas, RAE, v.34, n.2, abr/jun. 1999.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, v. 1, 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, Relatório Global. Curitiba: IBQP-PR, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, Relatório Global. Curitiba: IBQP-PR, 2018.

HISRICH, R. D. **The woman entrepreneur: characteristics, skills, problems and prescriptions for success**. In: SEXTON, D. L., SMILOR, R. W. (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, 1986.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9068-demografiadas-empresas.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 15 set. 2019.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. **Entrepreneurship research: a history of scholarly migration**. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). *Historical foundations of entrepreneurship research*. Great Britain: Edward Elgar Publishing. pp. 15-45, 2010.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. **Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base**. *Research Policy*, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.

LUCIANO, Edimara M., FOSSATTI, Nelson C. **Técnicas de análise de dados**. In: FOSSATI, Nelson C; LUCIANO, Edimara M. (Org.). **Prática profissional em Administração: Ciência, Método e Técnicas**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATSUOKA, Jorge Mitsuru. **Motivação para a qualidade: uma abordagem ética e individualizada**. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Engenharia de Produção da Faculdade Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1997.

MILLER, D. (1983). **The correlates of entrepreneurship in three types of firms**. *Management Science*, 29(7), 770-791. doi: 10.1287/mnsc.29.7.770.

MORENO, Ana Carolina. **BRASIL cai em ranking mundial de educação em ciências, leitura e matemática: Dados do Pisa, prova feita em 70 países, foram divulgados nesta terça.** Disponível em:

<https://g1.globo.com/educacao/noticia/brasil-cai-em-ranking-mundial-deeducacao-em-ciencias-leitura-e-matematica.ghtml>. Acesso em: 24 out. 2019.

OLIVEIRA, F.M. **Empreendedorismo: teoria e prática.** Revista Online Especialize (IPOG). Maio, 2012.

QUESNAY, F. (1888). *Oeuvres économiques et philosophique*. Paris: J. Baer.

RIBAS, Raul. **A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação.** Revistas Eletrônicas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC- SP, 2011.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional.** São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ROESCH, S. M.Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração:** guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Fundação Lindolfo Saraiva – caso para uso no ensino.** Revista de Administração Contemporânea, v. 9, n. 2, p. 193-202, 2005.

_____. **Notas sobre a construção de casos para ensino.** In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 2006, Salvador. ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 2006. v. 30.

SALIM, C. S.; NASAJON, C.; SALIM, H. e MARIANO S. **Administração empreendedora.** Rio de Janeiro: Ed. Campus Elsevier, 2004.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Schumpeter, J. A. (1959). *Teoria do desenvolvimento econômico.* Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como agir de maneira empreendedora?** Brasília: 2018.

_____. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa:** Conheça os benefícios da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anose-beneficia-milhoes-deempresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 30 maio 2020.

_____. **O que é ser empreendedor:** Empreendedor é aquele que...você sabe completar a frase? conheça conceitos básicos do empreendedorismo por meio das visões de alguns autores. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-serempreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 15 maio 2020.

_____. **Painel de empresas.** Disponível em: <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

_____. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira.** Brasília: 2014.

_____. **Sobrevivência das Empresas no Brasil.** Brasília: 2016.

_____. **Taxa de empreendedorismo é a maior dos últimos 14 anos:** Quatro em cada dez brasileiros escolhem o mundo dos negócios como fonte de renda. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-deempreendedorismo-e-a-maior-dos-ultimos-14anos,176b303c83bf2510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 mar. 2020.

SILVEIRA, D. T.; CÓDOVA, F. P. **A pesquisa científica.** In: GERHARDDT, T. E. e SILVEIRA, D. T. (org.). **Métodos de Pesquisa.** Porto Alegre: Editora de UFRGS, 2009. P. 31 -42.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de Pessoas**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2005.

VIEIRA, V. A. **As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing**. Revista da FAE: Curitiba, 2002.

Anexos

Formulário de pesquisa

Nome:

Nome da empresa:

Data de abertura:

Setor:

Empreendedor por: () Necessidade () Oportunidade

Nota: De acordo com a definição do GEM (2017) são considerados empreendedores por oportunidade aqueles que deram início ao seu negócio por observar e identificar uma oportunidade no ambiente em que estão inseridos. Já o empreendedor por necessidade, é aquele que começou o seu empreendimento por falta de alternativas para geração de renda e ocupação.

- 1) Qual a sua escolaridade? Possui alguma formação em gestão? Qual a competência técnica que considera a mais importante? E comportamental? Tem alguma que você não tem e sente que isso te prejudica de alguma forma?
- 2) Como é ser um empreendedor aqui no Brasil?
- 3) Quais são os maiores desafios encontrados para iniciar um negócio? E quais são os seus maiores desafios hoje? Quais estratégias usou para vencer esses desafios?
- 4) Quais são os piores aspectos (empecilhos) no contexto Brasil para empreender?
- 5) Por que você tem o seu negócio? O que te motiva? Onde você encontra forças para tocar o seu negócio?
- 6) Depois que você começou a empreender, o que mudou na sua vida e das pessoas a sua volta? Quais foram os maiores ganhos e as maiores perdas?
- 7) Se você pudesse, tivesse outra alternativa de geração de renda e ocupação, você ainda sim seria um empreendedor(a)? Porque sim, porque não.