

**MOTIVAÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO: OPORTUNIDADE OU
NECESSIDADE REFLETEM COMPLETAMENTE AS NUANCES DAS
MOTIVAÇÕES PARA A CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS?**

*MOTIVATIONS FOR ENTREPRENEURSHIP: DOES OPPORTUNITY OR NEED
COMPLETELY REFLECT THE NUANCES OF THE MOTIVATIONS FOR THE
CREATION OF NEW BUSINESS?*

João Marcos Fernandino Evangelista

IFSULDEMINAS Campus Passos

joao.evangelista@ifsuldeminas.edu.br

<https://orcid.org/0009-0001-9952-5880>

Leandro Garcia Braga

IFSULDEMINAS Campus Passos

leanbraga@hotmail.com.br

Gustavo Clemente Valadares

IFSULDEMINAS Campus Passos

gustavo.valadares@ifsuldeminas.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-7990-4226>

Paula Lopes de Oliveira Maia

IFSULDEMINAS Campus Passos

paula.maia@ifsuldeminas.edu.br

<https://orcid.org/0000-0001-7043-8639>

Recebido em: 01/12/2022.

Aprovado em: 31/03/2023.



DOI: 10.18406/2359-1269v10n12023296

Resumo

Dada a relevância do tema empreendedorismo a nível mundial e reconhecendo que as motivações para atividade empreendedora podem não mais estar refletidas na dicotomia por oportunidade ou necessidade, esse trabalho tem por objetivo identificar a natureza da motivação empreendedora de uma empresária do município de Passos-MG. De modo, a averiguar se tal dualismo reflete as nuances das motivações para engajamento na atividade empreendedora. Um levantamento bibliográfico efetuado, demonstrou que alguns estudos sugerem a existência de motivações múltiplas, enquanto outros abarcam o pressuposto da interação entre diversos motivos. O trabalho foi realizado na empresa English Extreme caracterizada como uma empresa prestadora de serviço, atuando no ramo de ensino de idioma, em específico o inglês, já há 25 anos. Para tanto foi efetuado uma entrevista de cunho qualitativo, com análise segundo o método de análise de conteúdo de forma a se obter os dados necessários ao resultado da pesquisa. Através dos resultados obtidos foi constatado que a principal motivação para engajamento na atividade empreendedora não foi caracterizada nem como oportunidade, nem como necessidade, contrariando os principais estudos e pesquisas acerca do tema, vindo a se constatar também a existência de motivações múltiplas e interação entre os motivos. Esses resultados contribuem para que novas pesquisas sejam realizadas, vindo a provocar avanços no desenvolvimento do empreendedorismo no país e no mundo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Motivação; Oportunidade; Necessidade.

Abstract

Given the relevance of the theme of entrepreneurship worldwide and recognizing that the motivations for entrepreneurial activity may no longer be reflected in the dichotomy of opportunity or necessity, this work aims to identify the nature of the entrepreneurial motivation of a businesswoman in the city of Passos-MG. In order to find out whether such dualism reflects the nuances of motivations for engaging in entrepreneurial activity. A bibliographic survey carried out showed that some studies suggest the existence of multiple motivations, while others embrace the assumption of interaction between different reasons. The work was carried out at the company English Extreme characterized as a service provider company, working in the field of language teaching, specifically English, for 25 years. For that, a qualitative interview was carried out, with analysis according to the content analysis method in order to obtain the necessary data for the research result. Through the results obtained, it was found that the main motivation for engaging in entrepreneurial activity was not characterized either as an opportunity or as a need, contrary to the main studies and research on the subject, also verifying the existence of multiple motivations and interaction between the reasons. These results contribute to new research being carried out, leading to advances in the development of entrepreneurship in the country and in the world.

Keywords: Entrepreneurship; Motivation; Opportunity; Need.

Introdução

O empreendedorismo ainda não é visto como uma ciência, mesmo estando entre as áreas que mais se pesquisa e se pública (DOLABELA, 2008). Dada a sua relevância, em uma busca realizada nos periódicos da Capes em 12 de abril de 2021 com o termo “empreendedorismo”, é listado um total de 3024 (três mil e vinte e quatro) documentos referentes ao mesmo. Contudo, ao realizarmos a busca pelo termo em inglês *entrepreneurship*, é destacado um total

de 324.916 (trezentos e vinte e quatro mil novecentos e dezesseis) documentos, sendo que deste total 173.394 (cento e setenta e três mil) foram revisados por pares. De posse desse fato, podemos constatar a importância das discussões em torno do tema pelo mundo.

No entanto, no que diz respeito às motivações que levam as pessoas a empreender, alguns autores consideram que elas seriam oriundas de uma oportunidade ou necessidade alternativamente, enquanto para outros que formam uma pequena minoria a natureza dessas motivações não é dicotômica, havendo outros motivos que poderiam intervir e que de maneira eventual poderia ocorrer reforço ou interação entre elas (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) trata-se de um consórcio composto por renomadas instituições acadêmicas e equipes de pesquisadores no ramo do empreendedorismo presente hoje em mais de 100 países. Sua condução no Brasil se dá pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), junto ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que é responsável por sua parte técnica e financeira.

Em seu relatório *Empreendedorismo no Brasil – 2019* destaca que o mundo está em constante movimento e assim sendo, é comum haver evoluções nos conceitos e práticas do empreendedorismo e embora desde sua constituição venha abordando a natureza das motivações empreendedoras entre oportunidade ou necessidade, reconhece que essa dicotomia não reflita mais as nuances das motivações para a criação de negócios contemporâneos.

Outro ponto importante destacado é que essa dualidade pode não exprimir efetivamente uma tomada de decisão refletida e consciente conforme o espírito do empreendedorismo, pois dessa forma podem sugerir uma indução ao engajamento por uma atividade empreendedora visto que, na ausência de alternativas, empreender ia-se por necessidade (GEM, 2020).

Neste contexto, faz-se necessário demonstrar que pode haver outras motivações para empreender que necessariamente não esteja ligada a visualização de uma oportunidade de negócio ou necessidade de criar um negócio para seu sustento. Deste modo, é preciso averiguar quais seriam essas

outras motivações que levam os indivíduos a empreender, demonstrando que pode haver motivos mais amplos que essa dicotomia, fazendo com que ela sozinha não mais refletia a realidade.

Assim sendo, as perguntas que norteiam o presente trabalho é: *existem outros motivos além da oportunidade ou necessidade, que levam o indivíduo a empreender? Quais seriam esses outros motivos que a literatura contemporânea propõe?*

Pois, até o presente momento, a grande maioria dos trabalhos acadêmicos está pautada nas motivações por oportunidade ou necessidade muitas vezes de forma excludente, desconsiderando outras hipóteses mais recentes de que haveria atualmente outras motivações para a criação dos negócios contemporâneos.

Deste modo, o objetivo geral deste estudo consiste em identificar e analisar a principal motivação para empreender de uma empreendedora do setor de serviços do município de Passos-MG, buscando constatar se oportunidade ou necessidade sozinha pode ou não refletir as nuances das motivações para o empreendedorismo.

Dentro desse contexto, os objetivos específicos são: (1) Verificar se houve a presença de motivação múltipla; (2) Verificar se houve interação entre necessidade e oportunidade e outros diferentes motivos; (3) Verificar se houve alteração da motivação ao longo do tempo.

Este estudo está estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução que apresentou o tema proposto, sua justificativa e os objetivos. A segunda que trata de uma revisão da literatura, destacando os assuntos acerca do tema já tratados por outros autores. A terceira que se trata da metodologia utilizada para alcançar os objetivos propostos neste estudo. A quarta, onde são apresentados os principais resultados e suas análises. Por fim, a quinta onde são relatadas as considerações finais e sugestões de futuros estudos relacionados ao tema motivações para o empreendedorismo e limitações da pesquisa.

Referencial Teórico

Como salientado pelo GEM (2020), que pode ocorrer evoluções nos conceitos e práticas do empreendedorismo, a motivação é um fator importante para aqueles que se lançam em uma atividade empreendedora. Então, entender quais motivos levam as pessoas a empreender pode auxiliar no desenvolvimento de mais e melhores políticas públicas que venham a fomentar o avanço do empreendedorismo no país e no mundo.

Motivações para o Empreendedorismo

Segundo Chiavenato (2007), a motivação está ligada à dinâmica do comportamento dos indivíduos, estando ela intimamente associada com suas necessidades pessoais, direcionando seu comportamento, de modo a satisfazer suas carências, sendo que tudo que possa levar a sua satisfação motiva o comportamento, ou seja, provoca atitudes nas pessoas.

Dolabela discorre que a espécie humana já nasce empreendedora e se o indivíduo está inserido em um meio em que o empreendedor é visto de forma positiva, isso o motiva a criar seu próprio negócio, sendo que esta motivação pode ser voluntária, onde o empreendedor tem motivação própria para empreender, ou involuntária, cuja motivação é provocada por motivos alheios à sua vontade (DOLABELA, 2008).

Já Dornelas afirma que em geral os empreendedores são pessoas motivadas por considerar que eles possuem um motivo para agir, uma missão a cumprir e um sonho a realizar, de modo que, sua realização como empreendedor não está ligada apenas ao ganho financeiro, embora o considere uma maneira de se realizar (DORNELAS, 2016).

Os três autores como pode ser observado, trazem diferentes aspectos para definir a motivação humana, quanto ao engajamento na atividade empreendedora. Enquanto para Chiavenato ela está ligada a satisfação das necessidades, conforme proposto pela teoria da hierarquia das necessidades de Maslow, para Dolabela ela é fruto do ambiente, podendo este influenciar de forma voluntária ou involuntária de acordo com o contexto vivenciado pelo

indivíduo, sendo que para Dornelas ela está associada a uma satisfação e ou realização pessoal.

No âmbito das pesquisas e estudos a respeito do tema, as literaturas internacionais e nacionais vêm ao longo desses últimos anos, dando cada vez mais destaque as investigações acerca das motivações que levam a atividade empreendedora. Grande parte desse interesse está voltado à expansão do empreendedorismo em todo o mundo. Porém, a ênfase desses estudos está pautada nas nuances, oportunidade versus necessidade de modo excludente (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

Contudo, diversos autores propõem que tais motivações presentes nas decisões de empreender, extrapolam o dualismo oportunidade versus necessidade, de forma que alguns deles defendem o pressuposto da motivação múltipla, não se preocupando com uma aferição prévia, enquanto outros abarcam os motivos necessidade e oportunidade propondo haver uma interação entre diferentes motivos (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

Necessidade *versus* Oportunidade

Segundo Vale, Corrêa e Reis (2014), esse dualismo foi proposto inicialmente pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), como forma de medir e avaliar as motivações empreendedoras no mundo. Sendo que até então, o indivíduo só poderia se lançar em uma atividade empreendedora optando por uma delas (necessidade ou oportunidade), de modo excludente.

Esse fato é confirmado no relatório publicado pelo GEM (2001), que afirma que, com o objetivo de aperfeiçoar sua metodologia e constatar que haveria motivações distintas para iniciar um novo empreendimento. Em 2001 amparado pelos dados de sua pesquisa, fez a distinção das motivações empreendedoras entre oportunidade e necessidade, conforme disposto a seguir:

O empreendedorismo de oportunidade representa atividades relacionadas com a criação de novas empresas (*startups*) que têm por objetivo

explorar uma oportunidade específica de negócio, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao tempo um vínculo normal de emprego.

O empreendedorismo de necessidade é representado por atividades que são iniciadas pelo fato de o indivíduo não encontrar “opções melhores de trabalho”. (GEM, 2001, p. 12)

Entretanto, seu relatório publicado em 2019, mostra que esses conceitos foram ampliados, de forma a tornar mais claro as características que definem quem é o empreendedor que inicia um negócio por oportunidade e ou por necessidade, de modo a ter uma melhor compreensão dos termos. Para isso dispõe que:

Os empreendedores por oportunidade são aqueles que afirmaram ter iniciado o negócio ao perceberem uma oportunidade no mercado. Normalmente, sua principal motivação é ser independente ou aumentar sua renda, em vez de apenas mantê-la. Os empreendedores por necessidade são aqueles que afirmaram ter começado o negócio principalmente pela ausência de alternativas para sua ocupação ou geração de renda. Esse tipo de empreendimento, por sua natureza, é criado como forma de gerar renda e condições de subsistência. Com frequência apresenta alguma precariedade em sua condução, como falta de planejamento, de conhecimento de mercado ou de experiência prévia na área de atuação (GEM, 2019).

Para Dornelas (2016), no âmbito das motivações empreendedoras por necessidade ou oportunidade, há circunstâncias e fatores aos quais motivam as pessoas a optar por uma delas, sendo eles: (a) Por necessidade: falta de acesso a oportunidades de trabalho formal como empregado; necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas da sobrevivência; carência de conhecimento explícito; demissão e desemprego; (b) Por Oportunidade: decisão deliberada e/ ou planejada; ideia, descoberta, inovação; convite (para sociedade); busca sistemática; desejo de autonomia; ganhar um recurso inesperado; receber herança e/ou participar de sucessão de empresa familiar; projeto da pós-carreira; missão de vida.

Segundo Corrêa e Vale (2013), os indivíduos podem não se lançar ao empreendedorismo exclusivamente pela visualização de uma oportunidade, ou diante de uma necessidade de sobrevivência, contrariando argumentos defendidos em estudos anteriores. Para eles os empreendedores podem alterar suas motivações ao longo do tempo, fazendo com que alguém que inicie um empreendimento movido pela necessidade, posteriormente crie uma oportunidade a explorando a desde então.

Muito além do dualismo oportunidade versus necessidade

Segundo Corrêa e Vale (2013), na literatura ou pesquisas brasileiras, poucas buscaram avançar até então, para além do dualismo necessidade versus oportunidade.

No contexto da literatura, Chiavenato (2007), discorre que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por motivos sejam eles racionais ou emocionais como, forte desejo de ser seu próprio patrão, ter independência e não receber ordens de outros, ter oportunidade de trabalhar naquilo que gosta, sentir que pode se desenvolver por seu próprio mérito, desejo de ser reconhecido e ser prestigiado, ter impulso para acumular riqueza e oportunidade de ganhar mais que quando estava empregado, descoberta de uma oportunidade e por fim utilizar seus próprios recursos e habilidades pessoais em um ambiente desconhecido (CHIAVENATO, 2007).

Ou ainda por razões positivas e construtivas sejam elas, prestar um novo ou diferente serviço à sociedade, satisfazer novas expectativas dos consumidores, fazer uso de novas tecnologias, ajudar as comunidades carentes, expressar criatividade e inovação ou fazer investimentos rentáveis. E também razões fugidas como, pagar menos impostos, passar menos tempo em casa, ou para ter o que fazer (CHIAVENATO, 2007).

No contexto das pesquisas realizadas acerca das motivações empreendedoras, em 2007 o Sebrae (2007) publicou um estudo com dados referentes aos anos de 2003 a 2005, com o objetivo de verificar quais fatores condicionam a mortalidade e sobrevivência das micro e pequenas empresas no

país. Entre as informações coletadas, elencou 13 (treze) motivos para constituição de uma empresa. Sendo eles: (1) desejo de ter o próprio negócio; (2) identificou uma oportunidade de negócio; (3) para aumentar renda/ melhorar de vida; (4) tinha experiência anterior; (5) por influência de outras pessoas; (6) tinha capital disponível; (7) tinha tempo disponível; (8) estava desempregado; (9) estava insatisfeito no seu emprego; (10) foi demitido e recebeu FGTS/ Indenização; (11) aproveitou incentivos governamentais; (12) aproveitou algum programa de demissão voluntária; (13) outros motivos.

O Endeavor Brasil (2013) que se trata de uma organização internacional sem fins lucrativos, e têm por objetivo impulsionar o empreendedorismo de alto crescimento em países em desenvolvimento. Realizou uma pesquisa com empreendedores formais e informais em parceria com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) no ano de 2013. E ao questionar o porquê de empreender, elencou cinco proposições, sendo elas: (1) falta de empregos atrativos no mercado; (2) Independência para escolher o local e horário de trabalho; (3) Oportunidade de negócios; (4) Melhor perspectiva de renda futura/ ter oportunidade de ganhar mais; (5) Independência pessoal/ autorrealização.

Um dado apontado pela pesquisa, é que entre as proposições, a maioria das respostas se concentra na independência pessoal e a autorrealização, como sendo a principal justificativa para empreender, ficando a falta de empregos atrativos no mercado na última posição. O que segundo a organização, se dá devido ao baixo nível de empreendedores por necessidade no período.

Outro ponto relevante nessa pesquisa é o fato dela ter abordado também quais seriam os motivos para não se empreender no país. Para tanto elencou cinco afirmações, sendo elas, menos responsabilidade, número de horas fixas de trabalho, direito a seguro social e outros benefícios, para evitar incerteza do mercado, estabilidade de emprego. Ficando a principal motivação a estabilidade no emprego como a mais importante e ter menos responsabilidade como a menos apontada (ENDEAVOR BRASIL, 2013).

Já Vale, Corrêa e Reis (2014), em um estudo de natureza qualitativa e quantitativa, conduzido com 170 empreendedores do setor industrial, pertencentes ao município de Belo Horizonte. Com o objetivo de tentar identificar

quais os motivos os levaram a iniciar um novo negócio, elencaram 15 diferentes motivos, sendo 11 deles identificados previamente na literatura e mais 04 posteriormente durante a primeira fase de sua pesquisa de campo, conforme disposto a seguir: (1) identificação de uma oportunidade de negócio (literatura); (2) desemprego (literatura); (3) convite para participar como sócio da empresa (literatura); (4) desejo de ter um negócio próprio/tornar-se independente (literatura); (5) insatisfação com emprego (literatura); (6) presença de capital disponível (literatura); (7) tempo disponível (literatura); (8) acesso a recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (literatura); (9) inserção em programa de demissão voluntária (literatura); (10) aumentar renda (literatura); (11) influência de terceiros (literatura); (12) dar continuidade ou ampliar os negócios da família (pesquisa de campo); (13) possibilidade de usar experiência ou influência familiar (pesquisa de campo); (14) possibilidade de usar relacionamentos e contatos na área (pesquisa de campo); (15) desejo de dar ocupação a membros da família (pesquisa de campo).

Como resultados, os autores abordam que na pesquisa qualitativa, foi indicado a presença de motivações múltiplas, tendo a busca da autonomia individual e a identificação de uma oportunidade como as mais apontadas, assinalando que os motivos necessidades e oportunidade sozinhos, não são capazes de explicar o processo empreendedor. Sendo demonstrado também, que eles (necessidade versus oportunidade) não são necessariamente excludentes, visto que um indivíduo que inicia um empreendimento por necessidade, pode posteriormente visualizar uma oportunidade, corroborando com afirmado anteriormente por Corrêa e Vale (2013).

Neste contexto, o GEM (2020) que desde a sua criação, direcionava sua pesquisa a nível mundial no âmbito das motivações empreendedoras no dualismo oportunidade versus necessidade. Diante do crescente reconhecimento, de que tal dicotomia não representa de forma abrangente as motivações presentes para criação dos novos negócios contemporâneos, corroborando com o afirmado anteriormente por Vale, Corrêa e Reis, dispõe que:

Essas duas alternativas podem não exprimir efetivamente uma tomada de decisão refletida e consciente de acordo com o espírito do empreendedorismo, pois do modo como são apresentadas podem sugerir uma indução ao engajamento por uma atividade empreendedora já que, na ausência de alternativas, empreende-se por necessidade. (GEM, 2020, p. 56)

Portanto, em seu estudo publicado no Relatório Empreendedorismo no Brasil – 2019 apresenta quatro afirmações propostas como razões pelas quais os empreendedores se lançam ao empreendedorismo. Sendo elas: (1) para ganhar a vida porque os empregos são escassos; (2) para fazer diferença no mundo; (3) para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta; (4) para continuar uma tradição familiar (GEM, 2020).

Como resultados, foram apontados de acordo com essa nova abordagem, que os empreendedores indicaram mais de uma motivação como opção para iniciarem um novo negócio, reforçando assim o argumento de que existe a presença de múltiplos fatores na decisão de empreender, confirmando as alegações feitas anteriormente pelos demais autores (GEM, 2020).

Outro fato a se destacado pelo GEM (2020), é que entre as afirmações propostas, cerca de 88,4% dos empreendedores iniciais, alegaram como motivo para começar empreender, que a escassez de emprego constituiu uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estavam envolvidos.

Metodologia de Pesquisa

O presente estudo aqui proposto, caracteriza-se como um estudo de caso, configurando-se em uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa.

Segundo Prodanov e Freitas (2013), o estudo de caso trata-se da coleta e análise de informações sobre determinado indivíduo, família, grupo, ou comunidade, com objetivo de compreender os variados aspectos de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa.

Já as pesquisas de caráter descritivo são apontadas por Gil (2002, p. 42), como aquelas que, “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de

relações entre variáveis”.

Quanto à abordagem qualitativa, é considerada como aquela que possui um vínculo indissociável entre o que é real e o que é subjetivo, não podendo ser traduzido em números, à coleta de dados é realizada diretamente no ambiente natural, sendo o pesquisador o instrumento-chave. A coleta dos dados é realizada de modo descritivo e sua análise é realizada de forma indutiva, não havendo preocupação em comprovar hipóteses previamente estabelecidas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Para a realização da pesquisa, foi escolhida uma única empresa como objeto de estudo deste trabalho, sendo esta a *English Extreme* uma empresa do setor de prestação de serviços, que atua no ramo de ensino de idioma, em específico o inglês, situada no município de Passos-MG, cuja fundadora e proprietária vem exercendo a atividade empreendedora há 25 anos. A empresa foi fundada em 1996, em sua cidade natal São João Batista do Glória-MG, vindo posteriormente se estabelecer no município de Passos-MG, onde vem atuando até a presente data.

Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida em três etapas conforme disposto a seguir.

Na primeira etapa, buscou-se realizar um levantamento bibliográfico em torno do tema com o objetivo de elaborar o referencial teórico, a fim de fornecer as bases teóricas que compõem o trabalho acadêmico.

O referencial teórico pode ser compreendido como a utilização de teorias científicas reconhecidas no campo de conhecimento ao qual está inserido o trabalho proposto, assim sustentando os argumentos das hipóteses e fornecendo explicações plausíveis sobre os fenômenos observados (DUARTE; BARROS, 2010).

A segunda etapa consistiu na elaboração do roteiro de entrevista. Nesta etapa optou-se por utilizar uma compilação dos roteiros de entrevistas com empreendedor elaborado pelos autores Dolabela (2008) e Dornelas (2018) dispostos em suas obras, por ambos já se encontrarem validados, dispensando assim a realização de um pré-teste. O pré-teste trata-se de um teste de um questionário ou entrevista, realizado em uma pequena amostra com o objetivo de identificar e eliminar potenciais problemas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Na terceira etapa, foi realizada junto à empreendedora uma abordagem

qualitativa, utilizando o método de entrevista semiestruturada, tendo de pôr o objetivo levantar os dados necessários à realização do trabalho.

A entrevista consiste em um encontro entre duas pessoas, com o objetivo de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, através de uma conversa de natureza profissional. Trata-se de um procedimento utilizado na investigação social, tanto para a coleta de dados, como para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social. (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Nos dias 09 e 10 de dezembro de 2021, foi então realizada a entrevista semiestruturada, mediante auxílio de um roteiro pré-elaborado contendo dez tópicos.

Durante a entrevista, foi acrescentada ao roteiro mais uma pergunta, por considerá-la necessária para melhor análise e compreensão dos resultados. Sendo ela: O seu negócio nasceu de uma oportunidade ou de uma necessidade? Após a entrevista, deu-se início a transcrição das falas na íntegra, partindo em seguida para a análise do material, na qual se utilizou a técnica de análise de conteúdo.

Assim sendo, a quarta etapa, tratou da análise de conteúdo, nesta técnica a inferência é considerada uma operação lógica capaz extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada, tendo ela por objetivo enunciar, com clareza, a finalidade ou o objetivo das inferências (DUARTE; BARROS, 2010).

Segundo Bardin, a análise de conteúdo pode ser definida como,

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 48)

No tópico seguinte, serão apresentados os resultados e discussões.

Resultados e Discussão

Sendo este o principal tópico deste estudo de caso, nele foi identificado que a principal motivação da empresária para engajamento na atividade empreendedora, não foi originada nem de uma oportunidade visualizada, nem

de uma necessidade. Contrariando assim, as proposições iniciais atribuídas pelo GEM (2001) e por alguns autores, que a fundamentam no dualismo oportunidade *versus* necessidade. Porém, confirmando o exposto por Corrêa e Vale (2013), de que tal decisão não está vinculada exclusivamente a esta dicotomia.

Segundo a empreendedora, a ideia inicial partiu de sua paixão pelos estudos, conforme disposto na fala transcrita abaixo:

Gostava muito de estudar, tinha muita motivação para estudar, ainda tenho, né? Porque, (risos) como eu tenho uma escola de inglês, eu tenho que ter uma motivação pra estudar ainda. E... daí.. que surgiu, né, a ideia de ter a escola, porque eu gostava muito de estudar, eu gosto muito de estudar e de ler. Então, isso me motiva muito (sic) (Empreendedora).

Então, sua paixão pelos estudos despertou o interesse em “**ser dona de seu próprio negócio**”, sendo esta identificada como sua principal motivação para engajamento na atividade empreendedora, por ser a mais apontada pelos autores aqui referenciados como, Sebrae (2007), por Vale, Corrêa e Reis (2014), além de Dornelas (2016), Chiavenato (2007) e *Endeavor* (2013), que a associam ao termo autonomia e independência.

Esse fato foi constatado, ao questioná-la como havia surgido a ideia de ser empreendedora, quais fatores a influenciaram e se houve algum evento de disparo, conforme disposto na fala transcrita a seguir,

Na verdade, na verdade, não tinha uma ideia de empreendedorismo. Tinha uma ideia de que eu gostava de escola e eu queria uma escola para mim. Então, eu comecei a pensar em como eu poderia ter uma escola para mim, uma escola que eu tivesse meus alunos, que eu pudesse fazer da forma que eu gostava, né? Que, que dava certo, que eu achava que dava certo, que era mais dinâmico, que era mais divertido. Que eu pudesse trabalhar com os meus alunos de uma maneira mais, ah..., interessante. Mas aí eu comecei a escola, mas não tinha uma ideia assim, exatamente de “empreendedorismo”, sabe? [...] Mas no início mesmo para ser sincera não havia, essa ideia de quero ser uma, empresária grande. Havia aquela motivação de ter uma escola para você, para você ensinar da forma que você gostava. Foi assim. (risos) (sic) (Empreendedora).

Isso também foi constatado, ao questioná-la sobre se havia pensado muito antes de iniciar seu negócio, ou se já havia considerado abri-lo como opção de vida, conforme pode ser observado:

Olha, não pensado muito tempo, né? Porque assim, era algo que eu queria, mas eu tive que esperar um tempo, porque querer é uma coisa, poder é outra. Então, tipo eu fazia faculdade letras já pensando, nossa

eu ia adorar ter uma escola, né, ser diretora de uma escola era tipo um sonho, né? (sic) (Empreendedora).

Conforme observado nas falas anteriores, foi identificado que a motivação para empreender foi voluntária, conforme exposto por Dolabela (2008), além é claro de confirmar as proposições de Dornelas (2016), ao se verificar que ela tinha um motivo pra agir e um sonho a realizar.

Contudo, também pôde ser identificada nessas falas a existência de outras motivações, como as dispostas por Chiavenato (2007), sendo elas: forte desejo de ser seu próprio patrão, ter independência e não receber ordens de outros, ter oportunidade de trabalhar naquilo que gosta. Além, da que diz respeito a poder utilizar seus próprios recursos e habilidades pessoais em um ambiente desconhecido, como pôde ser aferido na transcrição abaixo:

E assim que eu terminei a faculdade eu comecei fazer o curso de inglês, né, então, o curso de inglês veio depois, mas não porque eu deixei ele para depois, porque era necessário, né? E aí, quando eu fiz o curso de inglês, eu assim, foi uma coisa bem louca, porque a... eu já tinha feito acho que, uns seis meses só, de inglês e eu decidi começar a minha escola de inglês. E como era muito dedicada, eu fiz é... uns seis meses, né, e... o dono dessa escola acho que observou, né, minha dedicação e eu conversei com ele que eu queria abrir uma franquia, lá na cidade onde eu morava na época, no Glória, né, que é a minha cidade de origem e ele concordou. Eu não sei quem era mais louco, ele ou eu, né? Que eu tava com seis meses em inglês, só. E numa cidade tão pequena onde, o inglês não faria naquela época, né, assim, não faria naquela época uma diferença na vida das pessoas (sic) (Empreendedora).

A identificação da presença de mais de uma motivação na tomada de decisão, veio a corroborar com os resultados apontados por Vale, Corrêa e Reis (2014) e GEM (2020), de que existe a presença de múltiplos fatores na decisão de empreender, conforme alegado por outros autores.

Já a constatação de que ela não iniciou seu negócio, baseado exclusivamente em uma oportunidade, ou uma necessidade, se deu ao questioná-la se ele havia nascido de uma destas duas opções, conforme disposto na fala transcrita abaixo:

Nem de uma necessidade, nem de uma oportunidade. Dê uma oportunidade não nasceu, porque oportunidade você tem que ter uma demanda, né? Se você fala assim: - Nossa eu tenho uma demanda aqui na minha cidade, precisa de uma fábrica de X. Então, é uma

oportunidade, vou começar um negócio. Mas, quando eu comecei a escola, né, conforme eu falei antes, numa cidade bem pequena, onde as pessoas nem sabiam o que era inglês e que eu precisava de explicar para eles. – Olha! *Cat*, né, por num cartazinho, *cat* é gato, é *dog* é cachorro, isso que eu vou ensinar pra seus filhos, né. Então, não tinha uma demanda, não tinha uma fábrica, algo que fosse exigir que aquele pessoal precisasse aprender inglês, então não foi por oportunidade, ali não havia uma oportunidade, né? Não havia uma demanda, então tipo, não considero que fosse uma oportunidade. E também não foi uma necessidade, porque eu já, já trabalhava como professora, né, em escola, em escola pública. Então, eu já tinha um salário, então não foi nem uma oportunidade, nem uma necessidade. Mas, acho que um desejo mesmo, como eu te disse eu gostava, né, de dar aula, de falar em público, de ensinar, eu queria ter uma escola para mim, eu acho que foi um plano de Deus colocado no meu coração. Eu acho não, tenho certeza e que me move até hoje. Então assim, não foi uma necessidade, não foi uma oportunidade, foi um plano colocado de Deus no meu coração (sic) (Empreendedora).

A partir das alegações realizadas pela empreendedora, foram feitas as seguintes constatações.

A primeira diz respeito a ela não ter iniciado seu negócio por uma necessidade. Esse fato foi confirmado, por ela já exercer uma atividade remunerada, não necessitando empreender como forma de subsistência, ou por não ter alternativa, conforme proposto pelo GEM (2019), como as motivações relacionadas à criação de empreendimentos por necessidade.

A segunda diz respeito a ela não ter iniciado seu negócio, a partir de uma oportunidade. Esse fato foi confirmado por ela mesma, ao afirmar que seu negócio não nasceu de uma oportunidade, porque não havia ali uma demanda existente, algo que exigisse que as pessoas aprendessem o inglês, ou por elas sequer saberem do que se tratava. Tal alegação vai contra o proposto pelo GEM (2019), que define empreendedores por oportunidade, como aqueles que “afirmam” ter iniciado o negócio diante da visualização de uma oportunidade de mercado.

Contudo, cabe aqui uma observação, pois o GEM (2019) define ser independente como uma das motivações para o engajamento na atividade empreendedora por oportunidade, o que poderia assim, sugerir que a empreendedora tivesse também iniciado por esta opção. Isso iria de encontro ao disposto por Vale, Corrêa e Reis (2014), que apontam que alguns autores

abarcam os motivos necessidade e oportunidade propondo haver a existência de interação entre diferentes motivos.

Durante a entrevista outro ponto também foi identificado, conforme disposto na fala transcrita abaixo:

E quando a gente saiu lá do Glória para Passos, né, a gente já tinha também um outro objetivo, porque uma cidade pequena é muito gostoso trabalhar lá, assim, só que as oportunidades para a gente crescer enquanto profissional, elas são menores. Então, quando a gente veio pra Passos, a gente tinha um objetivo de crescer enquanto profissional, pegar alunos, né, que iriam te desafiar. Mas, tipo, é de alunos de universidades, alunos que já são formados, né, profissionais, é de várias áreas. Se você pega um advogado, um médico, um médico que tem várias áreas, né, que atua em diferentes áreas. Todo o vocabulário é diferente, né? Pessoas que viajam internacionalmente. Então, isso ia forçar com que, eu enquanto profissional, tivesse que buscar mais conhecimento na minha área, né? Aprender mais inglês, mais vocabulário. Então, isso me motiva muito, porque quando você trabalha numa cidade de menor só com crianças, o vocabulário fica menor, seu desafio é menor. Então, o que me motiva são os desafios na verdade (sic) (Empreendedora).

De acordo com a análise da fala disposta anteriormente, foi identificado que a decisão de sair do Glória em direção a Passos, se originou da visualização de uma oportunidade de trabalhar com um público diferente, que traria mais desafios. Assim como, a mudança das aulas presenciais para as aulas on-line, conforme o trecho da transcrição reescrita a seguir,

É..., igual, pra gente foi superinteressante, né, sair das aulas presenciais e passar pras aulas on-line, porque foi uma mudança, foi uma coisa nova, que nos motiva, que traz muito aprendizado, que traz desafios (sic) (Empreendedora).

Contudo, a decisão de aproveitar uma oportunidade visualizada, só veio depois da empreendedora se encontrar preparada para explorá-la, conforme verificou-se na fala transcrita abaixo, em resposta à pergunta sobre como ela identifica oportunidades.

Oportunidades para mim, significa estar preparado. Se você não estiver preparado, não tem oportunidades. Então, foi isso que aconteceu comigo, eu me preparei e a oportunidade de ter a escola de inglês hoje, né, partiu daí. Então, oportunidade é estar preparado, eu sempre oriento meus alunos, se estão buscando oportunidade, preparem-se. Surgiu, às vezes eu brinco muito com eles. Olha vocês, essa prova de hoje é para poder vocês ganharem, um aumento salarial, não passou na prova perdeu oportunidade, não está preparado, perdeu oportunidade. Então, oportunidade ela surge a partir do momento que você está preparado, não existe outra forma de ter oportunidades (sic) (Empreendedora).

Conforme pode ser observado, verificou-se que a empreendedora veio a mudar sua motivação ao longo de sua jornada na atividade empreendedora, tal constatação vai de encontro ao proposto por Corrêa e Vale (2013), que alegam que os empreendedores podem alterar suas motivações ao longo do tempo.

Deste modo, os resultados aqui dispostos puderam comprovar não só a existência de motivações múltiplas, bem como haver interação entre necessidade e oportunidade e outros diferentes motivos, assim como demonstrar que a motivação para engajamento na atividade empreendedora pode mudar ao longo do tempo. Pôde ser constatado ainda, que as nuances das motivações empreendedoras pautadas somente na dicotomia necessidade *versus* oportunidade, não refletem mais a realidade para a criação de novos empreendimentos, indo de encontro ao disposto nos estudos mais recentes aqui referenciados.

Considerações Finais

Com o atual cenário econômico e as altas taxas de desemprego as quais temos vivenciado no país, o empreendedorismo surge para muitos, como uma das principais fontes de renda e subsistência.

Compreender quais as motivações estiveram presentes na decisão para engajamento na atividade empreendedora, pode auxiliar no fomento de melhores políticas públicas, necessárias para contribuir com a expansão da cultura empreendedora, diminuir a taxa mortalidade de pequenos negócios, além de torná-los mais competitivos no mercado.

Durante a pesquisa ficou evidente que a nuances das motivações empreendedoras centradas na dicotomia oportunidade *versus* necessidade de forma excludente, proposta na maioria dos estudos acadêmicos, não é mais capaz de refletir a realidade para a criação dos negócios contemporâneos.

A identificação da principal motivação da empreendedora para iniciar seu negócio, veio a demonstrar que ela foi de fundamental importância para nortear sua jornada pelo empreendedorismo, de modo a permitir que seu negócio prosperasse em meio às incertezas, vindo a ser fundamental para o seu sucesso.

Quanto a comprovação da existência de múltiplos fatores, foi de extrema importância para demonstrar que o indivíduo pode se lançar no universo do empreendedorismo tendo em vista mais de um motivo, o que pode aumentar suas chances de sucesso.

Em relação ao fato de existir interação entre necessidade e oportunidade e diferente motivos, pode permitir uma melhor análise e compreensão dos resultados, de modo a demonstrar que o indivíduo teria se lançado em sua jornada a partir de uma decisão refletida e consciente conforme o espírito do empreendedorismo e não por uma atividade empreendedora conforme salientado pelo GEM (2020).

Já o fato de comprovar que a motivação pode se alterar durante a jornada pelo empreendedorismo vem a confirmar que os indivíduos que se lançam na atividade empreendedora por necessidade por exemplo, podem vir a visualizar uma oportunidade e aproveitá-la desde então.

A literatura também demonstrou que existe uma série de outras motivações, que de certa forma ainda são pouco exploradas, mas que se bem aplicadas podem trazer melhores resultados as pesquisas. Assim, como demonstrou também que as atuais afirmações propostas pelo GEM (2020), quanto às motivações para o empreendedorismo, ainda não são suficientes para abranger as nuances das motivações empreendedoras.

Contudo, o desenvolvimento de mais pesquisas acerca do tema na área acadêmica, órgãos públicos e privados que estejam ligados ao empreendedorismo, podem propor ações que venham a fomentar o desenvolvimento do empreendedorismo no país e no mundo.

A entrevista realizada apontou as evidências necessárias a se obter os resultados esperados, de modo a confirmar a hipótese de que a dicotomia oportunidade *versus* necessidade não mais reflete a realidade, para a abertura de novos empreendimentos, conforme propostos pelos estudos mais recentes.

Em tese, os objetivos almejados nesta pesquisa foram alcançados, porém novos estudos sobre o tema poderão contribuir para identificação de outras motivações que ainda não tenham sido propostas, ou abordadas pela literatura

vigente. Esse trabalho serve como referência para que outros estudos acerca do tema venham a se consolidar, propondo avanços no desenvolvimento do empreendedorismo no país e no mundo.

Como limitação, este trabalho teve como objeto de estudo apenas um único entrevistado. Dada à relevância do assunto, uma amostra mais abrangente pode permitir estudos mais aprofundados.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 3ª reimp. da 1ª. ed. São Paulo: Edições 70, 2011. ISBN 978-85-62938•04-7.

CHIAVENATO, I. **EMPREENDEDORISMO DANDO ASAS AO ESPÍRITO EMPREENDEDOR**: Empreendedorismo e viabilização de novas empresas: Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2ª Revista e atualizada. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CORRÊA, V. S.; VALE, G. M. V. **A Dinâmica das Motivações Empreendedoras**: Uma Investigação Retrospectiva. PRETEXTO, Belo Horizonte, v. 14, n. 4, p. 11-28, Out/Dez 2013. ISSN 1984-6983.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 978-85-7542-338-7.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários**: Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. ed. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2016. ISBN 978-85-216-2442-4.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7ª. ed. São Paulo: Empreende, 2018. ISBN 978-85-66103-07-6.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 4. reimpr - 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010. ISBN 978-85-224-4533-2.

ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedores Brasileiros**: Perfis e Percepções, 2013. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/pesquisa-empreendedores-brasileiros/>>. Acesso em: 8 Junho 2021.

GEM. IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. **Empreendedorismo no Brasil - 2001**, 2001. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2001.pdf>>. Acesso em: 20 Junho 2021.

GEM. IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. **Empreendedorismo no Brasil - 2018**, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Livro%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%20-%20web%20compactado.pdf>>. Acesso em: 20 Junho 2021.

GEM. IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. **Empreendedorismo no Brasil - 2019**, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 27 Março 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2003. ISBN 85-224-3397-6.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ª. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. ISBN 978-85-7717-158-3.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil 2003-2005**, 2007. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: 06 Junho 2021.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. D. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? **Rev. Adm. Contemporânea**, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 311-327, Junho 2014. ISSN 1982-7849.