

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

**A ESCOLHA DE EMPREENDER NA JUVENTUDE: ESTUDO DE CASO COM
EMPREENDEDORES DE JUIZ DE FORA-MG**

TOMAZ GERMINI DE ARAÚJO SAD

JUIZ DE FORA

2019

TOMAZ GERMINI DE ARAÚJO SAD

**A ESCOLHA DE EMPREENDER NA JUVENTUDE: ESTUDO DE CASO COM
EMPREENDEDORES DE JUIZ DE FORA-MG**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado pelo acadêmico Tomaz Germini de Araújo Sad ao curso de Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me Ary Ferreira dos Santos Júnior.

JUIZ DE FORA

FACC/UFJF

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

Declaro, sob as penas da lei e para os devidos fins, junto à Universidade Federal de Juiz de Fora, que meu Trabalho de Conclusão de Curso é original, de minha única e exclusiva autoria e não se trata de cópia integral ou parcial de textos e trabalhos de autoria de outrem, seja em formato de papel, eletrônico, digital, audiovisual ou qualquer outro meio.

Declaro ainda ter total conhecimento e compreensão do que é considerado plágio, não apenas a cópia integral do trabalho, mas também parte dele, inclusive de artigos e/ou parágrafos, sem citação do autor ou de sua fonte. Declaro por fim, ter total conhecimento e compreensão das punições decorrentes da prática de plágio, através das sanções civis previstas na lei do direito autoral e criminais previstas no Código Penal², além das cominações administrativas e acadêmicas que poderão resultar em reprovação no Estágio Supervisionado.

Juiz de Fora, _____ de _____ de 2019.

Tomaz Germini de Araújo Sad

¹ LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

² Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

**ATA DE DEFESA DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Aos dois dias do mês de julho de 2019, nas dependências da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora, reuniu-se a banca examinadora formada pelos professores abaixo assinados para examinar o Trabalho de Conclusão de Curso de TOMAZ GERMINI DE ARAUJO SAD, discente regularmente matriculado(a) no Bacharelado em Ciências Contábeis sob o número 201646025, intitulado A ESCOLHA DE EMPREENDER NA JUVENTUDE: ESTUDO DE CASO COM EMPREENDEDORES DE JUIZ DE FORA - MG. Após a apresentação e conseqüente deliberação, a banca examinadora se reuniu em sessão fechada, considerando o (a) discente APROVADO. Tal conceito deverá ser lançado em seu histórico escolar quando da entrega da versão definitiva do trabalho, impressa e em meio digital.

Juiz de Fora, 02 de julho de 2019.

Prof. Ary Ferreira dos Santos Junior
Orientador(a)

Prof.^a. Cristina Sayuri Cortes Ouchi Dusi

Prof. José Humberto Viana Lima Junior

RESUMO

O objetivo principal deste estudo é analisar como 5 jovens empreendedores empresários que atuam na cidade de Juiz de Fora – MG tomaram a decisão de empreender e se tornarem empresários. Para esta análise, foi realizado um estudo de caso com os 5 jovens, buscando compreender inicialmente suas características próprias e de seus negócios, o contexto em que cada um se encontrava quando iniciou o empreendimento, quais fatores influenciaram a decisão em começar a empreender e, por fim, como se deu a tomada de decisão na abertura do empreendimento. Foram realizadas entrevistas em profundidade com os empreendedores, guiadas por um roteiro semiestruturado e os dados coletados foram analisados e organizados em tópicos para, por fim, delinear como se deu a escolha de cada um deles em se tornarem empresários ainda durante a juventude.

Palavras chave: empreendedorismo, motivação empreendedora, empreendedorismo jovem, empreendedorismo empresarial.

ABSTRACT

The main propose of this study is to analyze how 5 young businessmen entrepreneurs of Juiz de Fora – MG decided to become entrepreneurs and businessmen. To make this analysis, a study of case was done with the 5 young, chasing to comprehend initially their own and their business' characteristics, the particular context of each of them when started to undertake, which factors influenced the enterprise beginning, and finally how the decision of opening the enterprise was taken. In-depth interviews were done with each of the entrepreneurs, guided by a semi-structured script and, the collected data was analyzed and organized into topics to describe how was made the choices of each one turn themselves entrepreneurs while still in their youths.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur motivation, young entrepreneurship, businessmen entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ação empreendedora.....	19
Figura 2: Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial - Brasil - 2002:2016.....	21

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Sete perspectivas para a natureza do empreendedorismo.....	14
Quadro 2: Características do empreendedor.....	16
Quadro 3: Caracterização dos empreendedores entrevistados	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1. O empreendedor e o empreendedorismo	12
2.1.1. Conceitos de empreendedor e empreendedorismo	13
2.1.2 Perfil, caracterização e classificação do empreendedor	15
2.2. A motivação em empreender	18
2.3 Cenário de Juiz de Fora - MG	22
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 Natureza da pesquisa	23
3.2 Abordagem	23
3.3 Método e tipo de pesquisa	23
3.4 Problema de pesquisa	23
3.5 Objetivo geral	24
3.6 Objetivos específicos	24
3.7 Universo e amostra	24
3.8 Levantamento e análise de dados	24
3.9 Limitações do método	25
4. RESULTADOS DO ESTUDO.....	26
4.1 Entrevistado 1	26
4.1.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender	26
4.1.2 Fatores levados em consideração ao empreender.....	27
4.1.3 Tomada de decisão em empreender.....	27
4.2 Entrevistado 2	28
4.2.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender	28
4.2.2 Fatores levados em consideração ao empreender.....	29
4.2.3 Tomada de decisão em empreender.....	29

4.3 Entrevistado 3	30
4.3.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender	30
4.3.2 Fatores levados em consideração ao empreender	30
4.3.3 Tomada de decisão em empreender.....	31
4.4 Entrevistado 4	32
4.4.2 Fatores levados em consideração ao empreender	32
4.4.3 Tomada de decisão em empreender.....	33
4.5 Entrevistado 5	34
4.5.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender	34
4.5.2 Fatores levados em consideração ao empreender	34
4.5.3 Tomada de decisão em empreender.....	35
4.6 Perfil geral dos entrevistados.....	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE 1	44

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que, nas últimas décadas tem ganhado cada vez mais popularidade e, para Farah, Cavalcanti e Marcondes (2017) isso ocorre pois o empreendedor tem uma forte capacidade de transformar a ordem econômica e gerar prosperidade e riqueza para as nações. No Brasil, pode-se perceber um foco similar sobre o empreendedor, por dois principais motivos: Primeiramente, a ação empreendedora pode ter impacto direto sobre a diminuição da taxa de mortalidade de empresas, que é um problema latente no país. Em segundo lugar, devido à crise econômica que se atravessa pois, segundo o GEM (2017), é um momento que muitas pessoas perderam seus empregos e viram a abertura de uma empresa como um caminho para trabalhar.

Tendo o viés econômico e a inovação, como as duas principais raízes para o conceito de empreendedorismo, como afirmam Schneider e Branco (2012), ao longo dos anos o significado do que é empreender e ser empreendedor ganhou desdobramentos e detalhamentos, mas tendo ainda o indivíduo que empreende pela abertura ou compra de uma empresa como - classificado como empreendedor empresarial por Dolabela (2008) - como foco na maioria dos estudos e publicações acerca do assunto.

Dado que aproximadamente 25% dos potenciais empreendedores são jovens, segundo o GEM (2017), o presente estudo busca analisar como cinco jovens empreendedores empresariais que atuam na cidade de Juiz de Fora – MG tomaram a decisão em seguir esta trajetória tendo como objetivo geral “Apresentar os principais fatores levados em consideração por jovens ao decidirem empreender na abertura de uma empresa em Juiz de Fora - MG”.

Foram realizadas entrevistas em profundidade com cada um dos cinco empreendedores, guiadas por um roteiro semiestruturado. Buscou-se analisar seus contextos particulares quando decidiram empreender, quais fatores foram mais relevantes em termos de motivação e, por fim, como se deram as aberturas dos negócios. As entrevistas foram gravadas em áudio e analisadas e transcritas para o resultado deste estudo que preserva a identidade dos entrevistados e o nome de suas empresas.

O texto se divide neste tópico de introdução, um referencial teórico que aborda o conceito de empreendedor e empreendedorismo bem como características e perfil do indivíduo que empreende, um tópico que apresenta os conceitos metodológicos utilizados no estudo, passando pelos resultados do estudo de caso dos cinco jovens e, por fim, considerações finais do autor acerca dos resultados obtidos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo foi subdividido em três temas que serviram de embasamento para a pesquisa. Inicialmente, será abordado o conceito de empreendedorismo e de empreendedor, bem como suas variações de perfil e características específicas. Posteriormente, serão abordados as diferentes motivações, influências e o processo de decisão do empreendedor em começar um novo negócio e, por fim, alguns aspectos relevantes para a atuação de empreendedores e geração de negócios em Juiz de Fora – MG, cidade de atuação dos empreendedores estudados.

2.1. O empreendedor e o empreendedorismo

Há algumas décadas tem-se percebido um grande movimento em direção ao estudo acerca do empreendedorismo. Esta movimentação pode ser atribuída ao forte potencial que o empreendedor apresenta em influenciar e modificar a economia. “A ação dos empreendedores provoca impacto na economia, ao mesmo tempo em que gera progresso e desenvolvimento com suas atitudes”, afirma (NASCIMENTO, 2009, p. 3).

(FARAH, CAVALCANTI E MARCONDES, 2017) consideram que esse foco no estudo do empreendedorismo se dá por ser ele um motor de geração de negócios e, conseqüentemente de prosperidade e riqueza das nações. No Brasil, especificamente, o empreendedorismo também é visto por (DORNELAS, 2018) como fator importante e determinante na economia, uma vez que no país existe uma necessidade latente em se diminuir a taxa de mortalidade das empresas, colocando a ação empreendedora como uma saída a essa demanda e o empreendedor como agente central da questão. Outro fato importante apontado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017) para a ação empreendedora no Brasil é a crise atual atravessada pelo país, uma vez que muitas pessoas perderam seus empregos e buscaram ocupação profissional na abertura de uma empresa.

Entretanto, apesar da notoriedade dada ao tema, é muitas vezes difícil definir o real conceito do empreendedor e quem é de fato o indivíduo que reúne as características, comportamentos, ações e se encaixa nesse perfil. (FARAH, CAVALCANTI E MARCONDES, 2017, p.1) afirmam que “não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da definição exata de empreendedor”. Eles afirmam que, para muitos autores, a mídia e o senso comum acabaram por distorcer o conceito e isso criou essas variações nas definições dadas a este termo.

2.1.1. Conceitos de empreendedor e empreendedorismo

No campo de estudo do empreendedorismo, duas grandes vertentes são as orientadoras das definições dadas a este conceito, segundo (SCHNEIDER E BRANCO, 2012). A primeira, seria de Jean-Baptiste Say em que o viés econômico é colocado em evidência e o empreendedor é o indivíduo responsável por todos os meios de produção, descobrir valor em produtos, reorganizar o capital que emprega, os juros, aluguel, o valor dos salários que paga, e o lucro que lhe é destinado. De acordo com essa visão, a ação do empreendedor bem como de um empreendimento estariam sempre direcionadas a um fator econômico e, pelo próprio fato de citar “salários pagos” e “lucro”, é uma visão voltada ao empreendedorismo enquanto empresa e o empreendedor enquanto empregador.

Ainda para (SCHNEIDER E BRANCO, 2012), a outra grande vertente de estudo teria sido proposta por Schumpeter, que coloca o empreendedor como agente de inovação. Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2018, p. 29)¹ pontua que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.” Na vertente de Schumpeter, a questão econômica não deixa de ser citada, no entanto, o fato central é a inovação que, colocada de uma maneira mais ampla, deixa-se entender que a ação do empreendedor pode ocorrer em ambientes não só empresariais.

A interpretação dessas duas vertentes propostas por Schumpeter e Jean-Baptiste Say é complementada pela visão de (SCHNEIDER E BRANCO, 2012, p.18) que cita a notoriedade do fator ação nos conceitos. Eles resumem da seguinte forma:

Nesses conceitos, nota-se que o empreendedorismo está relacionado à ação. Portanto, empreendedores são aqueles que realizam algo, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar negócios, para iniciar organizações. Aquele que se propõe a empreender é alguém que não fica na esfera dos sonhos e intenções; é alguém que sonha e parte para a concretização[...]

(CHIAVENATO, 2012) traz uma visão mostrando que de fato, a execução é inerente ao ser empreendedor. Para ele, o arsenal de características de quem empreende possibilita a transformação de ideias em projetos concretos que irão trazer benefício próprio ou à sociedade. Portanto, o empreendedor é formado por suas características próprias, mas também pela aplicação delas em projetos em que se envolva.

¹ SCHUMPETER, J. The theory of economic development. Harvard University Press, 1949.

(DORNELAS, 2018), em concordância com as duas grandes vertentes traz uma visão mista, valorizando ao mesmo tempo os vieses econômico e inovador. Para o autor, em toda definição de empreendedor encontram-se ao menos três aspectos, sendo eles possuir a iniciativa de criação de novos negócios e paixão pelo que faz, utilização de recursos de forma criativa, transformando a economia e o ambiente em que se insere e, por fim, a capacidade de assumir riscos bem como a possibilidade de fracassar.

O empreendedorismo e as discussões acerca dele surgiram no ambiente empresarial, portanto, muitos dos conceitos atrelam a atuação do empreendedor a uma empresa. (DOLABELA, 2008), entretanto, acredita que se pode empreender em toda atividade humana e assim, caracteriza o empreendedor como um sonhador que busca transformar seu sonho em realidade.

Sete perspectivas, segundo (DORNELAS, 2017), podem caracterizar a natureza do empreendedorismo, ampliando ainda mais a visão sobre a origem do tema. O quadro 1 descreve estas perspectivas propostas pelo autor:

Quadro 1: Sete perspectivas para a natureza do empreendedorismo

Criação de riqueza	Empreendedorismo envolve assumir riscos calculados associados com as facilidades de produzir algo em troca de lucros.
Criação de empresa	Empreendedorismo está ligado à criação de novos negócios, que não existiam anteriormente.
Criação da inovação	Empreendedorismo está relacionado à combinação única de recursos que fazem os métodos e produtos atuais ficarem obsoletos.
Criação da mudança	Empreendedorismo envolve a criação da mudança, através do ajuste, da adaptação e modificação da forma de agir das pessoas, das abordagens e de habilidades que levarão à identificação de diferentes oportunidades.
Criação de emprego	Empreendedorismo não prioriza, mas está ligado à criação de empregos, já que as empresas crescem e precisarão de mais funcionários para desenvolver suas atividades.
Criação de valor	Empreendedorismo é o processo de criar valor para os clientes e consumidores através de oportunidades ainda não exploradas.
Criação de crescimento	Empreendedorismo pode ter um forte e positivo relacionamento com o crescimento das vendas da empresa, trazendo lucros e resultados positivos.

Fonte: (DORNELAS, 2017)

Apesar da diversidade entre elas, é interessante ressaltar que em cada uma das sete perspectivas encontra-se alguma relação com as duas principais vertentes orientadoras do tema propostas por (SCHNEIDER E BRANCO, 2012). No entanto, também é notório que o grande leque de possibilidades para se iniciar a atividade empreendedora colabora para as numerosas definições do tema e áreas de atuação do empreendedor. O próximo tópico, portanto, irá abordar quais são as características que, além das bases conceituais, fazem parte do perfil de quem empreende.

2.1.2 Perfil, caracterização e classificação do empreendedor

Conforme citado no tópico anterior, a execução faz parte do conceito do empreendedorismo, portanto aquele que se caracteriza como empreendedor, tem a capacidade de colocar projetos em prática. Sendo assim, uma das características que compõem o perfil do empreendedor é sua maneira diferenciada de execução.

O *effectuation*, estudo de (SARASVATHY, 2001) buscou explicar como funciona o pensamento de empreendedores quando estão prestes a começar a executar e como isso influencia na sua atuação prática. A partir de uma pesquisa com grandes empresários americanos, a autora buscou delinear o que diferencia o pensamento do real empreendedor daqueles empresários que não empreendem, ou seja, possuem um negócio, mas atuam simplesmente como estrategistas ou gestores. Foram apresentados aos empresários em questão situações problema idênticas e, a partir da maneira como cada um deles encontrava uma solução para as situações, avaliaram-se suas maneiras de pensar.

As conclusões de Sarasvathy mostraram que os empreendedores pensam de uma maneira *effectual*², ao invés do mais comum pensamento causal. Isso significa que o empreendedor avalia os recursos que tem – separados em três grupos: quem eles são (gostos, habilidades), o que eles sabem (educação, treinamento, expertise) e quem eles conhecem (sua rede de contatos profissional e pessoal) – e, com base nesses recursos, começa a imaginar os possíveis efeitos, resultados, que sua utilização é capaz de promover, tomando assim decisões, definindo e constantemente reavaliando seus objetivos. Nota-se que neste conceito o empreendedor não prioriza prévios e cuidadosos planejamentos antes de começar a agir, mas traça seus objetivos a partir das possibilidades que enxerga com os recursos que ele já possui prontamente à disposição.

² Effectual: termo utilizado pela autora Sarasvathy para caracterizar a maneira como empreendedores pensam. Tradução literal do termo: eficaz. Fonte: Google Tradutor.

A maneira causal de pensar, por outro lado, é aquela que valoriza o planejamento e busca a tomada de decisão a partir de fortes e seguras previsões. Dessa forma, o objetivo já está traçado e os gestores e estrategistas simplesmente estudam a melhor forma de alocar seus recursos disponíveis em prol deste objetivo. Para Sarasvathy, o que realmente diferencia o empreendedor é sua capacidade de pensar *effectually*³, com uma visão desconstruída de futuro, julgando que ele poderá ser moldado a partir da sua ação e não de forma causal, onde busca-se prever o que vem pela frente.

Além da maneira de executar, características relacionadas à maneira do empreendedor de enxergar o mundo, ou seja, a visão empreendedora, fazem parte do seu perfil. (CHIAVENATO, 2012, p.10) resume o resultado de diversas pesquisas nesse sentido, conforme o Quadro 2:

Quadro 2: Características do empreendedor

A visão do empreendedor é geralmente apoiada por um conjunto interligado de ideias próprias e específicas não disponíveis no mercado
Sua abordagem geral para realizar a visão é clara, embora os detalhes sejam incompletos, flexíveis e que emergem com a prática
Os empreendedores promovem sua visão com paixão e entusiasmo
O empreendedor tem uma visão entusiástica e constitui a força impulsionadora da empresa
O empreendedor desenvolve estratégias com persistência e determinação para transformar sua visão em realidade
Os empreendedores assumem a responsabilidade inicial, a qual permite que sua visão venha a ser um sucesso
Os empreendedores assumem riscos com prudência, avaliam custos, necessidades de mercado/clientes e persuadem os outros a juntar-se a eles e a ajudar no empreendimento
Um empreendedor é geralmente um pensador positivo e um tomador de decisões
A um empreendedor são necessárias inspiração, motivação e sensibilidade

Fonte: (CHIAVENATO, 2012)

Nos últimos anos, um outro perfil de empreendedor que tem ganhado espaço é o de empreendedor interno, empreendedor corporativo ou intraempreendedor. (DORNELAS, 2017) classifica este empreendedor como um indivíduo que atua no meio corporativo, mas age

³ Effectually: termo utilizado pela autora Sarasvathy para caracterizar a maneira como empreendedores pensam. Tradução literal do termo: eficazmente. Fonte: Google Tradutor.

sozinho ou em grupo criando, dentro do sistema em que se insere, novas organizações ou instigando dentro da organização existente uma inovação ou renovação.

Para (DORNELAS, 2017), as mudanças na economia causadas principalmente pelo advento da internet, das *startups*⁴ e das redes sociais favorecem, quando somadas a outros fatores essenciais como capital e “gente boa”, o surgimento de novos negócios com rapidez. Uma vez que a realidade nesse cenário é diversa, (KOLLMAN, 2006) cita uma economia em rede, que chama de *net economy*, referindo-se especificamente aos negócios criados com base tecnológica e vinculados à internet, ao mundo virtual. O autor diferencia o empreendedorismo nesta realidade econômica dos demais, criando o conceito de e-empendedor para aquele indivíduo inserido em tal contexto.

Remontando aos primórdios do conceito do empreendedorismo, há também uma classificação para aquele empreendedor que empreende em uma empresa própria, notoriamente o empreendedor mais citado na maioria dos estudos sobre o tema. Para (DOLABELA, 2008), aquele que simplesmente funda uma empresa ou que adquire uma empresa e nela realiza inovações de diversas naturezas classifica-se como empreendedor empresarial.

Esta mesma caracterização do empreendedor foi proposta por (SEYMOUR E AHMAD, 2008) em um relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico OCDE, ao classificar o empreendedor como indivíduo dono de um negócio que busca gerar valor através da criação ou expansão de suas atividades econômicas, identificando e explorando novos produtos, processos e mercados.

Uma vez que o objeto deste estudo é o empreendedor jovem, faz-se necessária a classificação do indivíduo que se encaixa neste perfil. Existem diversas classificações que definem os intervalos de faixa etária para considerar uma pessoa como jovem, mas será tomada como base a classificação considerada por (GREEN, 2013) em relatório elaborado para a OCDE, onde jovens são aqueles que possuem entre 15 e 24 anos de idade. Portanto, para caracterizar o empreendedor jovem, serão considerados aqueles que começaram a empreender quando tinham uma idade correspondente à esta faixa etária.

Tendo em vista as descrições, caracterizações e classificações de empreendedores vistas até então, o tópico 2.2 aborda, portanto, algumas teorias a respeito das motivações que levam o indivíduo a se tornar um empreendedor.

⁴ Startup: grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza. Fonte: Exame. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>

2.2. A motivação em empreender

Seja qual for sua carreira, o indivíduo em algum momento toma a ação de empreender e é motivado de alguma forma para isso. A motivação para empreender é construída ao longo da vida de uma pessoa, de acordo com aquilo a que ela é exposta em sua trajetória. Segundo (POMBO, 1995, p. 2), “ninguém nasce empreendedor. O contato com a família, escola, amigos, trabalho, sociedade vai favorecendo o desenvolvimento de alguns talentos e características e bloqueando ou enfraquecendo outros”.

Para Garcia (2001, *apud* SILVA, 2017)⁵, o papel da família é fundamental na formação pessoal de um indivíduo e, segundo (FILION, 1991), na formação do empreendedor essa questão não é diferente, uma vez que o sistema básico de relações do empreendedor é a família que será, com certeza, responsável por moldar os tipos de visão inicial que ele possa ter. Sendo assim, ações empreendedoras de familiares, bem como a presença de negócios na família são algumas das primeiras influências que compõem a motivação do indivíduo em ser empreendedor.

(BOHNENBERGER, SCHIMIDT E FREITAS, 2007) citam que vários estudos na área apontam que a presença de negócios na família, especialmente quando geridos pelos pais, é uma questão chave para que se tome a decisão em também possuir uma empresa, mas a influência da família não necessariamente cria o empreendedor empresarial, que vai abrir um negócio próprio. Ter uma família empreendedora pode gerar no indivíduo, segundo Heck *et. al* (2008, *apud* SILVA, 2017)⁶, a capacidade em empreender em um negócio já existente, ou seja, sendo um empreendedor interno.

A educação formal do indivíduo também tem contribuição na sua formação como empreendedor. Um exemplo é a pesquisa de (MARTENS E FREITAS, 2006) que estudou alunos de uma tradicional instituição de ensino da cidade de São Paulo - SP e identificou que, mesmo sendo de 25 diferentes faculdades, 79,5% daqueles que cursaram a disciplina de empreendedorismo indicaram que seus sonhos profissionais seriam realizados ao empreender em um negócio próprio em detrimento de seguir outras oportunidades de carreira.

Outro fator que faz parte da decisão em empreender é o ambiente em que o indivíduo está inserido, bem como as características do mesmo para o início e posterior funcionamento de um empreendimento. (SHANE, 2012) afirma que fatores como questões legais, tempo de

⁵ GARCIA, V. P. Desenvolvimento das famílias empresárias. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

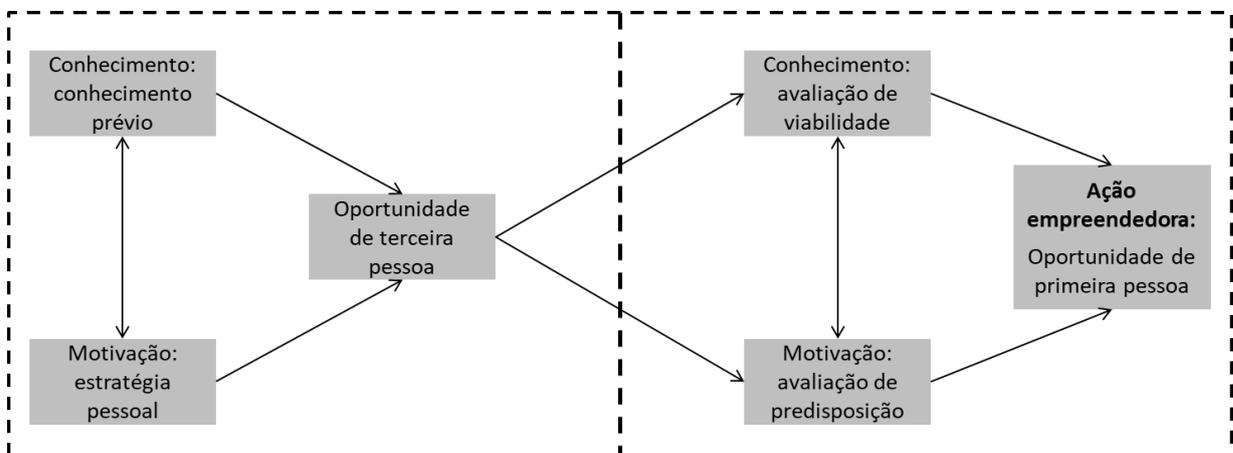
⁶ HECK, R. K. Z. *et. al* Emerging Paths os family entrepreneurship research. Journal of Small Business Management, 43(3), 317-330, 2008.

existência do segmento de atuação, condições de aquisição de capital e o estado geral da economia são relevantes para a decisão em empreender. O autor completa também que as motivações pessoais dos empreendedores podem sobrepor fatores ambientais e vice-versa, variando-se essa questão caso a caso.

(DORNELAS, 2018) resume que, no momento inicial da criação e na implementação de um novo negócio, os principais fatores que influenciam o empreendedor são pessoais, sociológicos e o ambiente no qual está inserido. Considerando, portanto, que a abertura de um novo negócio é um marco para o início da jornada do empreendedor empresarial (DOLABELA, 2008), foco deste estudo, é relevante que os fatores acima citados sejam de fato os principais influenciadores de sua ação.

Para (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2013), o empreendedor é guiado por algo que acredita ser uma oportunidade e leva em consideração sua motivação e conhecimento como critérios de avaliação. A figura 1 mostra como o empreendedor observa uma mudança no ambiente e considerando os dois fatores – motivação e conhecimento- avalia o que não é ou o que é de fato uma oportunidade de empreender:

Figura 1: Ação empreendedora



Fonte: HISRICH, R. D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D. A. **Entrepreneurship** 9th ed. New York: Mc Graw Hill Education, 2013.

Traduzido por Arysinha Jacques Affonso. AMGH, Porto Alegre, 2014.

Em um primeiro momento, segundo o modelo da ação empreendedora de (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2013), o indivíduo se motiva frente a uma oportunidade, caso em sua estratégia pessoal haja espaço para ao menos avaliar a questão e, posteriormente, é motivado no que diz respeito à predisposição para executar o empreendimento, frente à análise de viabilidade do mesmo. Caso essas duas motivações estejam alinhadas com seu conhecimento sobre o mercado e a viabilidade do empreendimento, ele enxerga uma oportunidade de

empreender e executa uma ação empreendedora, ou seja, de fato tira as ideias do papel e as coloca em prática.

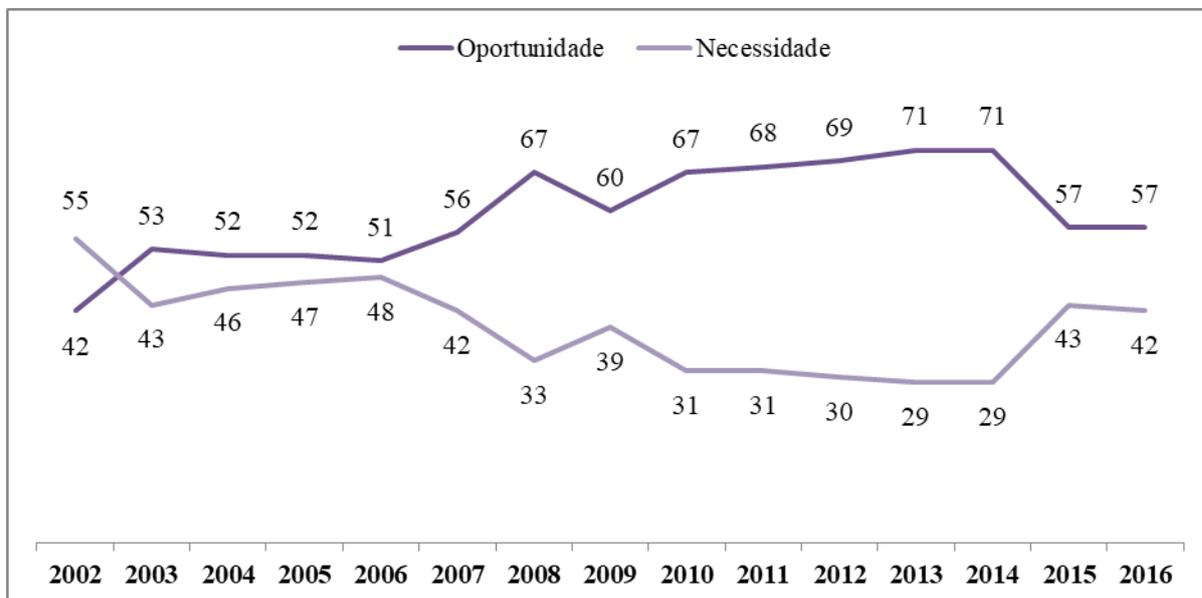
(HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2013, p. 6) afirmam que “ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor.”. Uma vez que a economia é um dos principais fatores presentes nas raízes do conceito do empreendedorismo, é natural que a decisão por empreender possa estar orientada à real possibilidade de realizar ganhos financeiros.

Porém, para (POMBO, 1995), muitas pessoas decidem empreender em um negócio próprio pela ambição de ganhar dinheiro, mas ao mesmo tempo não ter a necessidade de se subordinar a um chefe. Dessa forma, a decisão em empreender para pessoas é ampliada, considerando também uma motivação pessoal deste futuro empreendedor que, além de lucro, deseja obter liberdade no trabalho, seja após experienciar a posição de empregado ou até mesmo antes disso.

Uma pesquisa de (VALE, 2015) com empreendedores empresariais de Belo Horizonte - MG chegou a uma conclusão em linha com esse conceito. No estudo, foram pesquisados dentre os entrevistados quais eram os principais motivos que os levaram a abrir um negócio. Dentre os três motivos mais frequentes observados, um foi a necessidade de ampliação da renda pessoal enquanto outro foi o desejo de tornar-se independente, ou seja, deixar de subordinar-se a um líder direto. O terceiro motivo mais frequente na pesquisa foi a identificação por parte dos entrevistados de uma oportunidade de negócio.

(POMBO, 1995) afirma, no entanto, que algumas pessoas acabam se tornando empreendedoras por motivos alheios à sua vontade. O *Global Entrepreneurship Monitor* -GEM - em um relatório sobre o empreendedorismo no Brasil mostra essa realidade no país, subdividindo a motivação em empreender em dois grandes grupos. O empreendedor por necessidade, que são os que escolhem empreender por não terem a seu dispor outras opções de emprego e o empreendedor por oportunidade, que, mesmo possuindo outras oportunidades ou possibilidades de emprego, são capazes de identificar uma lacuna no mercado e abrir um negócio. A Figura 2 retrata como se encontrava em 2016 e nos anos anteriores a divisão de empreendedores brasileiros nas duas categorias propostas pelo GEM:

Figura 2: Taxas de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial - Brasil - 2002:2016



Fonte: (GEM, 2016)

É relevante ressaltar que no Brasil o empreendedorismo por oportunidade cresceu entre 2002 e 2014, sendo uma característica positiva para a economia do país. Já em 2015 e 2016 este índice sofreu uma considerável queda, enquanto o empreendedorismo por necessidade cresceu, coincidindo, portanto, com um aumento na taxa de desemprego, que era de 6,5% no último trimestre de 2014 e de 11,9% no último trimestre de 2016, segundo o (IBGE, 2019).

Partindo do cenário nacional, a seguir serão explanados alguns dados a respeito da cidade de Juiz de Fora – MG, local de atuação dos empreendedores estudados, principalmente no que tange aspectos relevantes para a atuação dos mesmos bem como do desenvolvimento de negócios.

2.3 Cenário de Juiz de Fora - MG

Situada na zona da mata mineira⁷, a cidade de Juiz de Fora – MG é a quarta mais populosa do estado de Minas Gerais com população estimada em 564.310 pessoas, sendo a maior parte dessas situada na base da pirâmide etária, ou seja, possui uma população jovem, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019).

A economia de Juiz de Fora é reconhecidamente uma das mais importantes de seu estado e da região, sendo considerada a principal cidade em atividade econômica na região da zona da mata, de acordo com a Conjuntura e Mercados Consultoria (CMC-UFJF, 2017), bem como a quinta maior economia do estado apresentando um PIB – Produto Interno Bruto - em 2017 com valor superior a R\$ 14 bilhões, segundo o (IBGE, 2019).

O setor de serviços se mostrou nos últimos anos como aquele de mais expressividade na cidade. Segundo a Fundação (JOÃO PINHEIRO, 2017) este setor foi responsável em 2015 por gerar a maior parte do PIB (78,2%), seguido por indústria (21,6%) e agropecuária (0,2%) e, em anos anteriores, essa representatividade foi muito similar.

É possível encontrar na cidade alguns grupos de empreendedores que se reúnem para eventos e discussões acerca do tema empreendedorismo e buscam também cooperar entre si para o desenvolvimento dos respectivos empreendimentos, como é o exemplo do Zero40 Ecosistema Empreendedor de Juiz de Fora⁸.

Outro fator relevante para o desenvolvimento de negócios para uma cidade é a mão de obra qualificada. Para a (ABSTARTUPS, 2018, p. 16) “a presença de bons talentos é essencial para a criação e manutenção de um forte ecossistema empreendedor”. Nesse sentido, a cidade de Juiz de Fora conta com cerca de 12 instituições de ensino superior, sendo elas de caráter público e privado, segundo o portal Minas Vestibular⁹.

⁷ Zona da Mata Mineira: mesorregião do estado de Minas Gerais. Fonte: GDI Mata. Disponível em: <http://www.gdimata.com.br/index.php/matamineira/>

⁸ Zero40 Ecosistema Empreendedor de Juiz de Fora: <https://zero40.com.br/>

⁹ Fonte: Portal Minas Vestibular. Disponível em: <https://www.minasvestibular.com.br/artigos/faculdades-em-juiz-de-fora.html>. Acesso em: Abril/2019

3 METODOLOGIA

3.1 Natureza da pesquisa

Para entender os fatores motivadores de um grupo específico de empreendedores, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa. Segundo (MALHOTRA, 2012), este tipo de pesquisa é o mais adequado para se obter informações acerca de motivações, valores e emoções que muitas vezes são inconscientemente encobertos pela racionalização e outros mecanismos de defesa do entrevistado. Ainda segundo (MALHOTRA, 2012, p. 110) “a pesquisa qualitativa proporciona melhor visão e compreensão do contexto do problema”.

3.2 Abordagem

A abordagem da pesquisa é dedutiva, pois a partir dos relatos dos entrevistados deduz-se qual foi a motivação individual de cada um deles em empreender durante a juventude. Para (MEZZAROBBA E MONTEIRO, 2017, p.9 3), na abordagem dedutiva “primeiramente, são apresentados os argumentos que se consideram verdadeiros e inquestionáveis para, em seguida, chegar a conclusões formais”.

3.3 Método e tipo de pesquisa

Classificada enquanto pesquisa descritiva que, segundo (VERGARA, 2016, p. 48): “expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”.

O método utilizado foi de entrevistas em profundidade que, segundo (MALHOTRA, 2012) tem como foco revelar motivações, crenças, atitudes e sentimentos a respeito de um determinado tópico.

3.4 Problema de pesquisa

Quais são os principais fatores levados em consideração por jovens ao decidirem empreender na abertura de uma empresa em Juiz de Fora - MG?

3.5 Objetivo geral

Apresentar os principais fatores levados em consideração por jovens ao decidirem empreender na abertura de uma empresa em Juiz de Fora - MG.

3.6 Objetivos específicos

Os objetivos específicos do estudo são:

- Retratar o contexto particular de cada jovem estudado ao decidir abrir a empresa;
- Levantar os fatores considerados pelos jovens na tomada de decisão de abrir uma empresa em Juiz de Fora - MG;
- Relacionar o contexto de cada empreendedor com os fatores considerados;
- Traçar as características dos empreendedores estudados.

3.7 Universo e amostra

O universo da pesquisa é composto por indivíduos que se encaixem no perfil de empreendedor empresarial de (DOLABELA, 2008) e que tenham iniciado sua atuação como empreendedor na cidade de Juiz de Fora - MG com idade entre 15 e 24 anos.

Uma vez que os cinco empreendedores estudados foram selecionados conforme a disponibilidade de acesso do pesquisador e que, não houve uso de procedimentos estatísticos para a definição do número de entrevistados, a amostra utilizada foi do tipo não probabilística por acessibilidade, segundo (VERGARA, 2016).

3.8 Levantamento e análise de dados

As entrevistas em profundidade foram realizadas individualmente com os cinco empreendedores entre os dias 02 de maio de 2019 e 15 de maio de 2019. Todas foram gravadas em áudio com o consentimento dos entrevistados e foi com eles acordado que seus nomes, bem como nomes de terceiros e de empresas seriam mantidos em sigilo.

Os dados foram levantados através de entrevistas em profundidade realizadas individualmente com os empreendedores estudados entre os dias

Para a análise dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo que, para (VERGARA, 2015, p.7) consiste em:

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) destas mensagens.

3.9 Limitações do método

Por ser um estudo de caso que utiliza amostra não probabilística e, além disso, um estudo qualitativo, não se pode considerar os resultados para obter conclusões acerca da motivação e fatores considerados nos casos de outros empreendedores se não os que compuseram a amostra deste estudo.

Desta forma, sugere-se futuramente um estudo complementar, com maior robustez e com o envolvimento de dados quantitativos para se complementar a resposta ao problema de pesquisa.

4. RESULTADOS DO ESTUDO

A seguir serão apresentados os resultados da pesquisa através da análise dos dados coletados nas entrevistas, buscando responder aos questionamentos do problema de pesquisa e objetivos específicos.

Para manter o sigilo dos entrevistados e das informações por eles fornecidas, seus nomes e de terceiros, bem como o nome das empresas citadas serão preservados e substituídos por indicações genéricas.

4.1 Entrevistado 1

O entrevistado 1 considera que começou a empreender aos 22 anos de idade, mas aos 17 já atuava no comércio, comprando e vendendo garrafas de bebidas alcoólicas colecionáveis. Essa empreitada não chegou a ser uma empresa formal, mas foi seu primeiro contato com a prática empreendedora e também a fonte de parte do capital investido na abertura de seu primeiro negócio.

Quando entrevistado, tinha 24 anos de idade, era estudante do último período do curso de graduação em arquitetura e urbanismo e sócio de uma loja de móveis de couro de alto padrão, situada em um shopping na cidade de Juiz de Fora - MG. Ele também estava no momento se preparando para a abertura de um novo negócio dessa vez no ramo alimentício e na cidade de Petrópolis-RJ.

Natural de Barbacena-MG, ele se considera uma pessoa ambiciosa, que ainda almeja maiores objetivos enquanto empreendedor, mas é realizado pessoalmente sendo um empreendedor empresarial.

4.1.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender

Quando começou a empreender na loja de móveis, o entrevistado tinha 22 anos de idade e estava próximo da metade do seu curso de graduação em arquitetura e urbanismo. Ele afirma que era um momento em que ele tinha tempo ocioso na sua rotina e também dispunha de um capital que gostaria de investir.

Morador da cidade de Juiz de Fora - MG, tinha vontade de criar raízes na cidade e afirmou que enxergava potencial para o desenvolvimento de negócios no município. Nesse

cenário, recebeu uma proposta de sociedade para a abertura da loja, algo que no seu ponto de vista estava alinhado com os conhecimentos obtidos durante o curso de graduação.

4.1.2 Fatores levados em consideração ao empreender

Um fator citado pelo empreendedor foi o mercado de Juiz de Fora - MG, mais especificamente no que tange as especificidades do seu segmento. Ele fez o seguinte relato: “conversei com proprietários de outras lojas e sabia que precisava me relacionar bem com os profissionais do mercado, ou não conseguiria me inserir no mercado juiz-forano”.

Ele avaliou também qual seria a necessidade de investimento para o empreendimento e se o capital necessário estava dentro daquilo que ele dispunha. Não foi buscado capital de fonte externa, todo o montante investido foi proveniente de reservas pessoais próprias e do sócio.

Uma análise de marketing, mais especificamente da praça onde o negócio funcionaria foi citada pelo entrevistado, tendo em vista o perfil de cliente que ele busca. Ele afirma que “são pessoas de alto padrão e não frequentam todo tipo de ambiente”.

O empreendedor afirmou que vislumbrou na oportunidade de empreender a possibilidade de obter ganhos financeiros maiores, com menos esforço do que aconteceria se seguisse sua carreira como arquiteto: “como arquiteto teria que trabalhar muito e tendo a possibilidade de receber pouco por isso. Sempre fui ambicioso e talvez a arquitetura não fosse capaz de satisfazer todas as minhas vontades”.

Ele escolheu também abrir esta empresa pois viu o negócio como uma porta de entrada para o mercado de arquitetura da cidade que, segundo ele, está muito relacionado com o mercado moveleiro.

4.1.3 Tomada de decisão em empreender

Considerando o cenário do empreendedor e os fatores levados por ele em consideração, pode-se inicialmente perceber que ele decidiu empreender por oportunidade, conforme o conceito do (GEM, 2017), uma vez que ele se via capaz de buscar outra carreira, mas optou pelo empreendedorismo empresarial por enxergar uma oportunidade de mercado.

A prática do *effectuation* (SARASVATHY, 2001), também pode ser observada no estudo de caso do empreendedor, quando o mesmo relata que uniu seus recursos disponíveis, como conhecimento de mercado, recursos financeiros,¹⁰ *network* e aplicou em um negócio.

Quanto aos fatores motivadores, pode-se perceber que o mais evidente no relato do entrevistado foi a questão financeira, movido pela ambição em ter maiores ganhos pessoais em uma oportunidade lucrativa, corroborando o que dizem (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2013).

A cidade de Juiz de Fora - MG foi escolhida por ele por ser um mercado favorável ao seu segmento e, ao mesmo tempo, a cidade onde residia no momento da abertura da empresa e onde também tinha real interesse em morar por mais um tempo.

4.2 Entrevistado 2

Aos 20 anos de idade, quando estava no meio do curso de graduação em administração, o entrevistado 2 quando começou a empreender através de uma cervejaria artesanal, ainda sob a informalidade. Aos 24 anos abriu sua primeira e única empresa formal no ramo de comércio de alimentos, mais especificamente uma hamburgueria na cidade de Juiz de Fora - MG.

Nascido também nessa cidade, hoje com 26 anos e graduado em administração ele se mostra estudioso, extremamente dedicado ao seu negócio, realizado na profissão que escolheu e gratificado por poder, através da hamburgueria, oferecer momentos de felicidade aos seus clientes.

4.2.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender

Desde o seu primeiro empreendimento, o entrevistado segue a carreira de empresário ininterruptamente. Ao abrir o negócio ele havia encerrado sua participação na empresa júnior da faculdade e passou a ter um tempo ocioso. Ele relata que estava acostumado a trabalhar muito e que logo surgiu a necessidade de buscar uma ocupação para aquele tempo livre até então incomum.

Também foi exposto que naquele momento sua família passava por uma situação financeira desconfortável e havia a necessidade de buscar uma nova fonte de renda para si.

¹⁰ Network: rede de relacionamentos ou rede de contatos. Fonte: NaPratica.Org. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/networking/>

4.2.2 Fatores levados em consideração ao empreender

O primeiro fator apresentado pelo entrevistado foi o investimento necessário para abertura do negócio. No primeiro negócio ele afirma que foi um investimento baixo, mas na hamburgueria, foi algo mais substancial, portanto, foi feito um plano de negócios detalhado para avaliar a viabilidade do empreendimento.

Outro fator levado em consideração foi o mercado de Juiz de Fora, principalmente no segundo empreendimento e em seu segmento de atuação. Para ele, havia uma lacuna e, ao mesmo tempo, uma oportunidade de mercado: “Faltava uma hamburgueria de nome”, “É um mercado que gosta de coisas de valor, paga mais caro por isso”.

Quando questionado sobre o motivo de escolher seguir sua carreira como empreendedor empresarial, ele afirma que houve um forte espelhamento em seus pais que são empresários. Em suas palavras ele afirma: “Foi a questão dos meus pais já serem empresários em juiz de fora, empreendedores desde 1987. Mesmo sabendo das dificuldades que eles enfrentam, já estava na minha veia”. Como uma segunda razão, ele aponta que se interessou em ser empreendedor pois tinha a vontade de não ser subordinado de outras pessoas, mas sim liderar equipes.

4.2.3 Tomada de decisão em empreender

No relato do empreendedor ficou evidente que o fator que o levou a considerar empreender foi a necessidade de obter ganhos financeiros. Apesar, no entanto, de ter sido utilizado o termo “necessidade”, não é possível classificá-lo como empreendedor por necessidade, (GEM, 2017), já que ele mesmo afirmou que poderia buscar outras opções de emprego, caso não optasse por empreender.

A influência familiar, como destaca (FILION, 1991), ficou evidente na escolha do empreendedor quando ele diz que seus pais, também empresários, foram uma grande referência ao tomar a decisão de seguir neste mesmo caminho.

Também ficou claro que o entrevistado valorizou, além da oportunidade financeira, a possibilidade de não se subordinar a um chefe e a liberdade no trabalho, indo de encontro àquilo que (POMBO 1995) afirma.

Ao descrever o motivo de escolher a cidade de Juiz de Fora - MG, o empreendedor destacou que nunca considerou outra cidade para abrir seu negócio, principalmente pelo fato de ter nascido e crescido no município. Em somatório a isso, ele demonstrou ter estudado e

analisado bastante o mercado da cidade e acredita que nele há um potencial para o desenvolvimento de empresas.

4.3 Entrevistado 3

Já tendo empreendido em três negócios, o entrevistado 3 abriu sua primeira empresa aos 16 anos e, desde então, não parou mais. Nascido em Juiz de Fora - MG e hoje com 23 anos de idade ele passou por diferentes segmentos de atuação como tecnologia, área de atuação do primeiro empreendimento com operação já encerrada, além de *private equity*¹¹ e comércio exterior, segmentos das empresas em que ele estava empreendendo quando entrevistado.

Se considera muito realizado enquanto empreendedor pois, em suas palavras: “a realização para mim sempre foi a liberdade financeira e de poder escolher onde estar e quando estar”, conquistas que ele considera ter alcançado empreendendo.

Possui formação técnica em administração, cursada em paralelo ao ensino médio. Logo que se formou, ingressou no mesmo curso em nível superior, no entanto, foi bastante enfático ao dizer que para ele “o ensino superior está defasado” e que por isso se sentiu desmotivado e não concluiu essa formação.

4.3.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender

Ao abrir sua primeira empresa, o entrevistado conta que estava ainda no ensino médio, e cursava em paralelo um curso técnico em administração. Nas aulas do curso ele aprendeu sobre as relações de trabalho e decidiu ali que gostaria de direcionar sua carreira para estar sempre no papel de empregador e não de empregado.

Já aos 16 anos ele ansiava por obter independência financeira – algo que ele mesmo considerou precoce – e decidiu então buscar essa independência colocando em prática um plano de negócios que ele elaborou no trabalho final do curso técnico.

4.3.2 Fatores levados em consideração ao empreender

¹¹ Compra de parte de uma empresa por outra empresa com a intenção de alavancar seus resultados. Fonte: Private Equity: uma oportunidade para você crescer sua empresa – Endeavor. Disponível em: <https://endeavor.org.br/dinheiro/private-equity/>

Logo quando citou a abertura da primeira empresa, o empreendedor mencionou o plano de negócios que elaborou no curso técnico e que foi a origem da ideia do negócio, mostrando que houve um planejamento e que um estudo de viabilidade do empreendimento foi um fator levado em consideração.

Ele afirma, porém, que era muito jovem naquele momento e tinha muitas influências empreendedoras de pessoas mais experientes ao seu redor, portanto, os comentários, feedbacks e percepções que esses outros empreendedores expressavam sobre a sua ideia de abrir uma empresa tiveram um peso relevante.

O entrevistado cita também que o segmento de atuação da primeira empresa que, segundo ele seria tecnologia aplicada à geolocalização, realidade virtual e marketing eram novidades e pareciam ser promissoras, mostrando a ele um potencial ainda maior de sucesso do negócio.

4.3.3 Tomada de decisão em empreender

Na entrevista pode-se perceber que a tomada de decisão em empreender foi embasada em dois principais motivos. O primeiro foi o plano de negócios elaborado no curso técnico de administração que mostrou uma oportunidade de mercado e a viabilidade do empreendimento, corroborando os conceitos de (HISRIC, PETERS E SHEPHERD, 2013) na visão de que a ação empreendedora se inicia quando a oportunidade lucrativa encontra o empreendedor e que também o conhecimento sobre a viabilidade do mesmo influencia nessa ação. Já o segundo motivo foi a busca por ganhos financeiros e liberdade no trabalho, seguindo o conceito de (POMBO, 1995).

Pode-se classificar o empreendedor como aquele que empreende por oportunidade conforme o conceito do (GEM, 2017), uma vez que ele cita ter escolhido ser empreendedor por mera opção.

A influência familiar, preconizada por (FILION, 1991) foi muitas vezes citada pelo entrevistado. Ele afirmou que em sua família há muitas pessoas empreendedoras que atuaram em variados ramos e perfis de empresas, o que foi para ele uma referência e algo ponderado ao decidir empreender.

A decisão de abrir a empresa em Juiz de Fora - MG não levou em consideração o contexto econômico da cidade, nem mesmo qualquer análise mercadológica. O empreendedor conta que o fato de possuir uma rede de contatos promissora no município foi o único fator que o levou a elegê-lo para sediar a empresa.

4.4 Entrevistado 4

Antes de abrir seu primeiro negócio formal o empreendedor, aos 22 anos, foi sócio de uma primeira empresa que, ainda em estágio de testes, foi encerrada. Passou alguns meses no mercado de trabalho, mas logo voltou a empreender na sua atual empresa que comercializa alimentos na cidade de Juiz de Fora - MG.

À época da entrevista ele tinha 26 anos, é graduado em administração e comanda com seu sócio o processo de expansão da empresa que já conta com duas lojas na cidade. Ao ser perguntado sobre se sentir realizado como empreendedor ele afirma categoricamente: “Muito. Muito mesmo! Desde pequeno, meu sonho foi ter um negócio e hoje me sinto realizado por isso.”

4.4.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender

Quando questionado sobre o contexto que marcou o início da sua trajetória como empreendedor ele se refere diretamente à experiência com o segundo e atual negócio. Isso pode ser atribuído ao fato de que o primeiro projeto estava ainda num estágio muito embrionário e foi encerrado com pouco tempo de existência.

O empreendedor havia deixado o mercado de trabalho a pouco tempo e se viu em um momento de muitas dúvidas quanto aos próximos passos de sua carreira. A experiência no último emprego ficou abaixo de suas expectativas e ele queria tomar uma decisão mais assertiva, a partir de então. Para isso, ele conta que realizou inclusive um processo de *coaching*¹² que o ajudou a ter certeza de que empreender na abertura de uma empresa seria a melhor decisão a se tomar.

Ele estava no último período da faculdade quando começou a tirar a ideia do papel e contava com a ajuda financeira, além de morar na mesma casa de seus pais, algo que para ele foi um fator que o deu tranquilidade para decidir empreender.

4.4.2 Fatores levados em consideração ao empreender

No que diz respeito à viabilidade do negócio, o empreendedor afirma que apenas fez uma pesquisa de opinião e satisfação com pessoas próximas para avaliar as percepções sobre o

¹²Coaching: processo de desenvolvimento humano focado no alcance de metas e evolução contínua. Fonte: SLA Coaching - O QUE É COACHING? Disponível em: <https://www.slacoaching.com.br/o-que-e-coaching>

alimento que venderia. Fora isso, ele conta que a ideia do empreendimento surgiu de uma forma inusitada, a partir de uma conversa informal e que a decisão em a executar foi muito embasada na sua intuição de que daria certo, ignorando análises de mercado, plano de negócios, cenário econômico.

O posicionamento da empresa para preencher uma lacuna do mercado, entretanto, foi um ponto considerado por ele. O entrevistado conta que, com base na sua própria experiência percebeu que as empresas concorrentes que atuavam em Juiz de Fora - MG entregavam produtos de baixa qualidade e suas lojas eram pouco higienizadas, com um ambiente antigo, ultrapassado. Sua empresa buscou então suprir justamente a necessidade de pessoas que valorizavam um produto melhor e um ambiente mais agradável.

4.4.3 Tomada de decisão em empreender

Foi notório no relato do empreendedor que, em momento algum, ele tomou o fator financeiro como motivador da sua decisão em empreender. Para ele, criar um negócio de sucesso e ter seu nome atrelado à sua idealização e gestão era um sonho antigo e foi esse o principal fator que o levou a seguir este caminho.

Pode-se perceber também uma forte presença do *effectuation*, como citado por (SARASVATHY, 2001) no perfil do empreendedor e na maneira como colocou o negócio em prática. Alguns exemplos são o fato de ter sido feito pouco planejamento e o foco foi em executar rapidamente, o uso de recursos de amigos, família e pessoas próximas para feedbacks e até mesmo para criar as receitas dos produtos que ele vende.

Quando descreveu o momento em que decidiu ser empreendedor, o entrevistado conta que até tomar a decisão fez uma grande reflexão. Ele usou a seguinte frase para concluir o relato: “Tive o privilégio de escolher o que eu queria para a minha vida”. É possível, com esta colocação, claramente classificá-lo como empreendedor por oportunidade, conforme indica o (GEM, 2017).

A cidade de Juiz de Fora - MG foi escolhida para sediar sua empresa pois, também no seu ponto de vista, é uma cidade que apresenta um grande potencial para o comércio. Somado a isso, ele já residia na cidade quando abriu o negócio, fato que contribuiu para a decisão.

4.5 Entrevistado 5

Ao relatar sua trajetória como empreendedor, o entrevistado conta que o primeiro momento em que se viu empreendendo foi em um empreendimento interno, como destaca (DORNELAS, 2017) mas que, logo em seguida aos 23 anos, ele fundou a primeira das 5 empresas que até o momento da entrevista haviam sido criadas e gerenciadas por ele.

Natural de Juiz de Fora - MG, o empreendedor iniciou um curso superior em contabilidade, porém não deu continuidade ao mesmo e priorizou outros tipos de capacitação que, segundo ele, foram mais úteis para sua carreira. Hoje, dentre os 5 negócios criados por ele, 3 estão em funcionamento, sendo dois negócios de impacto social e o outro focado no segmento de contabilidade empresarial.

Com um perfil bastante inquieto e em constante busca por evolução, ele considera que a carreira como empresário já lhe confere algumas realizações, mas que ainda tem muitos objetivos a alcançar. Dessa forma, ele prefere considerar-se não realizado, indicando que este estado será alcançado quando puder enxergar um impacto ainda maior de seus empreendimentos.

4.5.1 Contexto do entrevistado ao começar a empreender

O empreendedor relata que quando decidiu empreender através de uma empresa própria, passava por um momento de autoconhecimento muito relevante em sua vida e sentiu que estava estagnado em sua zona de conforto. Ele ansiava assumir mais responsabilidades em novos projetos, vislumbrando o impacto que poderia causar com o sucesso deles.

Era também um momento em que o entrevistado estava no curso de graduação, realizando algumas outras capacitações focadas em liderança e autoconhecimento, fatores que contribuíram para sua decisão em empreender. Ele também trabalhava em uma empresa de sua família, onde vinha há algum tempo executando um empreendimento interno.

4.5.2 Fatores levados em consideração ao empreender

O primeiro empreendimento do entrevistado era uma empresa já em funcionamento que foi adquirida por ele juntamente com um sócio. O fator determinante, segundo ele, para a compra da empresa, foi a oportunidade do negócio. Os antigos proprietários estavam dispostos

a vender a empresa e eles viram ali a chance de expandir o empreendimento e obter ganhos financeiros.

O mercado em que a empresa estava inserida também foi uma questão relevante para o entrevistado. Ele afirma que o setor de tecnologia, mais especificamente na área de armazenamento de dados, estava em crescimento e ganhando popularidade. Além disso, ele conta que o modelo de negócios da empresa era fluido e tornava a comercialização do produto menos complexa.

Para os empreendimentos seguintes, entretanto, o empreendedor afirma que levou em consideração principalmente seu propósito. Segundo ele, após desenvolver seu autoconhecimento, percebeu que gostaria de atuar com negócios de impacto social, como uma forma de ajudar pessoas e, ao mesmo tempo, ter ganhos financeiros próprios. Esta linha de raciocínio acompanhou suas decisões futuras.

4.5.3 Tomada de decisão em empreender

O empreendedor foi categórico ao afirmar que começou a empreender como uma “oportunidade de ganhar dinheiro”, segundo suas próprias palavras. Dessa forma, pode-se perceber a orientação financeira do empreendedor, uma das duas grandes linhas destacadas por (SCHNEIDER E BRANCO, 2012).

Ao avaliar sua trajetória como empreendedor, entretanto, outras questões se mostraram ainda mais relevantes do que a própria busca por ganhos financeiros. O fato de atuar em negócios que causam impactos sociais está alinhado com a perspectiva de criação de mudança, conforme indica (DORNELAS, 2017).

O próprio entrevistado já tinha conhecimento prévio sobre conceito de empreendedorismo por oportunidade e necessidade, (GEM, 2017) e afirmou que “sou empreendedor por oportunidade”. Além de sua afirmação, foi possível perceber que quando decidiu começar a empreender ele já tinha outras possibilidades de emprego e foi a oportunidade do negócio que o levou a seguir por este caminho.

A escolha pela cidade de Juiz de Fora - MG para sediar suas empresas foi embasada em dois principais fatores. Primeiramente ele considera ter uma rede de contatos sólida no município e isso favorece muito o desempenho de seus negócios. Somado a isso, o empreendedor afirma que gostaria muito de tornar Juiz de Fora - MG uma referência em negócios de impacto social, portanto preza por manter suas operações na própria cidade.

4.6 Perfil geral dos entrevistados

O quadro 3 resume de forma objetiva o perfil e algumas características dos empreendedores estudados, bem como os principais pontos descritos por eles no que tange seus contextos particulares, os fatores motivadores e como se deram suas tomadas de decisão ao empreenderem na abertura de uma empresa:

Quadro 3: Caracterização dos empreendedores entrevistados

	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5
Idade ao empreender	22	24	16	22	23
Ramo de Atuação	Comércio de móveis	Comércio de alimentos	Private Equity/Negócios internacionais	Comércio de alimentos	Negócio social/Contabilidade
Cidade Natal	Barbacena - MG	Juiz de Fora - MG	Juiz de Fora - MG	Juiz de Fora - MG	Juiz de Fora - MG
Formação Superior (sim/não)	Não	Não	Não	Sim	Não
Possui sócios (sim/não)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Contexto ao empreender	Tempo ocioso + capital disponível	Tempo ocioso + necessidade financeira	Necessidade financeira	Fim da graduação/ planejamento de carreira	Autoconhecimento
Principal motivação/ tomada de decisão	Ganhos financeiros	Ganhos financeiros / Influência familiar	Oportunidade lucrativa / Ganhos financeiros/ Liberdade trabalho	Decisão de carreira	Ganhos financeiros / Agente de mudança
Empreendedor por oportunidade ou necessidade	Oportunidade	Oportunidade	Oportunidade	Oportunidade	Oportunidade
Número total de empreendimentos	3	2	3	2	5
Teve empreendimento Informal	Sim	Sim	Não	Não	Sim

Fonte: (DADOS DA PESQUISA, 2019)

Um ponto interessante que se pode observar neste estudo foi que todos os empreendedores possuem sócios em suas empresas e que a busca por esse sócio sempre teve como base a complementariedade de funções, seja na operação do negócio ou até mesmo na alavancagem, como é o caso de sócios investidores.

Três dos cinco empreendedores estudados relataram que, antes de iniciarem um empreendimento formal, tiveram uma primeira experiência em um negócio informal que, nos três casos tiveram suas atividades encerradas. Este fato é interessante por mostrar que eles, apesar de terem aberto uma empresa formal ainda jovens, buscaram empreender anteriormente mesmo sob a informalidade como uma forma de gerar negócios, mas que serviu, ao mesmo tempo, como uma espécie de teste para embasar a futura decisão deles em empreender formalmente.

Os contextos em que os entrevistados se encontravam ao iniciar o empreendimento foram bastante diversos, mas foi notório que, em cada caso, houve fatores que somados possibilitaram e despertaram a motivação do jovem em iniciar um empreendimento. Apesar das diferenças, alguns fatores foram convergentes no sentido de permitirem ao jovem ter uma escolha de carreira, o que acabou resultando na caracterização de todos eles como empreendedores por oportunidade.

Quanto à motivação empreendedora, pode-se considerar que para quatro dos cinco entrevistados, a oportunidade em obter ganhos financeiros foi um dos principais fatores levados em consideração na tomada de decisão em empreender, reforçando as referências às origens do significado de empreendedorismo. O entrevistado 4, porém, que em momento algum mencionou a questão financeira, chamou bastante atenção por ter se diferenciado dos demais entrevistados e ter afirmado que empreender era um sonho pessoal para si e que foi esse o principal fator que o motivou a seguir tal trajetória.

Além do fator oportunidade financeira, pôde-se perceber outros importantes fatores considerados pelos empreendedores, como o espelhamento em familiares e a presença de negócios na família, o encontro de uma oportunidade lucrativa, a vontade de não se submeter à uma rígida rotina de trabalho ou a uma estrutura hierárquica e o autoconhecimento. Fatores como o ambiente em que se insere o empreendedor e sua educação, que pareciam mostrar-se relevantes, não foram citados pelos entrevistados.

Por fim, a cidade de Juiz de Fora – MG foi considerada por todos os empreendedores como um ambiente propício para a geração de negócios, no entanto, todos eles fizeram algumas ressalvas, dizendo que há particularidades na cidade que demandam certa cautela. O principal motivo para a escolha da cidade foi a rede de contatos que os jovens possuem no município,

demonstrando a importância desse fator para eles na implementação de um negócio. Também foi fator relevante o fato de que a maioria dos entrevistados eram naturais da cidade e tinham intenções em continuar ali residindo. Questões demográficas e econômicas não foram citadas como relevantes para os jovens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando por base o objetivo geral proposto - Apresentar os principais fatores levados em consideração por jovens ao decidirem empreender na abertura de uma empresa em Juiz de Fora - MG - pode-se considerar que, a realização do estudo com os cinco entrevistados foi capaz de levantar e analisar tais fatores para cada um deles. Por mais que sejam diversos os motivos e as realidades de cada jovem, ficou claro que cada um deles possuía de alguma forma características empreendedoras tais quais relatadas no referencial teórico deste texto, bem como tiveram motivações claras e específicas para empreenderem.

O fato de as buscas por ganhos financeiros terem sido o mais frequente e relevante motivador para a abertura de empresa por parte dos entrevistados chama atenção. Se tornar um empreendedor empresarial envolve diversas responsabilidades e tomar uma decisão privilegiando o lado financeiro em detrimento dos demais fatores pode causar ao empreendedor jovem uma futura frustração.

Considerando que quatro dos cinco jovens não possuem graduação em nível superior, apesar de todos eles terem iniciado algum curso desse tipo, é visível que a atuação em suas empresas se tornou prioridade em suas vidas e a graduação ficou em segundo plano, tendo seu término adiado. Tendo em vista que o ensino superior é um título de prestígio no Brasil e que, ainda os conhecimentos adquiridos em um curso deste nível podem ser extremamente aplicáveis à atividade empresarial e/ou empreendedora, é relevante ressaltar os riscos inerentes a esta atitude dos entrevistados.

Por fim, o estudo em questão levanta alguns pontos relevantes acerca dos jovens estudados e pode ser futuramente complementado por uma pesquisa qualitativa com uma amostragem mais relevante, de modo a entender se os quesitos aqui destacados são ou não comuns a um universo maior de jovens empreendedores.

REFERÊNCIAS

- ABSTARTUPS. **Mapeamento de Comunidades de Startups**: Juiz de Fora. Abstartups: São Paulo, 2018. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/12QsQkcZ5-AtlLCJZeJOLbGDg720aV2NO/view>. Acesso em: Abril/2019.
- BOHNENBERGER, Maria Cristina; SCHIMIDT, Serje; FREITAS Ernani Cesar de. **A Influência da Família na Formação Empreendedora**. In: Encontro da ANPAD, XXI, 2007, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4 ed. Barueri: Manole, 2012.
- CMC – UFJF, **Indicador de Atividade Econômica Municipal**. Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <https://www.cmcufjf.com.br/iaem>. Acesso em: Abril/2019.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (orgs.). **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. 2. ed. – São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- FILION, Louis Jacques. **O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial**: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas, v.31, n.3 p.63-67, São Paulo: 1991.
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, Diretoria de Estatística e Informações. **Produto Interno Bruto dos Municípios de Minas Gerais**: 2015. Belo Horizonte: FJP, 2017.

GEM, **GLOBAL GEM Brazil 2016 Report**, Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: abril/2019.

GREEN, Francis. **Youth entrepreneurship: A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development**, [S.I.]: OECD: 2013.

HISRICH, R. D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Traduzido por Arysinha Jacques Affonso. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE. **Desemprego sobe para 12,4% e população subutilizada é a maior desde 2012**. [S.I.]: IBGE, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24110-desemprego-sobe-para-12-4-e-populacao-subutilizada-e-a-maior-desde-2012>. Acesso em: abril/2019.

IBGE. **Panorama de Juiz de Fora – MG**. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/juiz-de-fora/panorama>. Acesso em: abril/2019.

IBGE. **Produto Interno Bruto dos Municípios**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/juiz-de-fora/pesquisa/38/47001?tipo=ranking&ano=2016>. Acesso em: abril/2019.

KOLLMAN, Tobias. **What is e-entrepreneurship?** – fundamentals of company founding in the net economy. Int. J. Technology Management, Vol. 33, No. 4, 2006. [S.I.]: University of Duisburg-Essen, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: Uma orientação aplicada**. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARTENS, Cristina Dai Prá; FREITAS, Henrique. **A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos**. In: XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. [S.I.]: Gramado, 2006.

MEZZAROBBA, Orides; MONTEIRO, Claudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no direito**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

NASCIMENTO, Fábio Gonçalves. **Transformando Ideias em Negócios**. [S.I.]: 2013.

POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. **O que é ser Empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995.

SARASVATHY, Saras. **What makes entrepreneurs entrepreneurial?** [S.I.]: University of Virginia, 2001.

SEYMOUR Richard G.; AHMAD Nadin. **Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection**. [S.I.]: OECD, 2008.

SHANE, Scott; LOCKE, Edwin A.; COLLINS, Christopher J. **Entrepreneurial motivation**. [S.I.]: Cornell University ILR School, 2012.

SCHNEIDER, Elton Ivan; BRANCO, Henrique José Castelo. **A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade**. 1.ed. Curitiba: Intersaberes, 2012.

SILVA, Barbara Sales de Almeida. **De pai para filho: a importância da família na formação empreendedora**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. **Fatores Condicionantes do Empreendedorismo: Redes Sociais ou Classes Sociais?** Revista O&S, v22, n.75 p.583-602, Salvador, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZERO40, **Ecosystema Empreendedor de Juiz de Fora**. Disponível em:
<https://zero40.com.br/>. Acesso em: Abril/2019.

APÊNDICE 1
ROTEIRO SEMI ESTRUTURADO

Nome do entrevistado:

Data da entrevista:

Questões:

1. Ao longo de sua vida, quantos negócios você já teve?
2. Com quantos anos você abriu seu primeiro negócio?
3. Desde então você sempre empreendeu?
4. Você hoje possui uma ou mais empresas?
5. Fale um pouco sobre o(s) seu(s) negócio(s)
6. De onde surgiu(ram) a(s) ideia(s) do(s) negócio(s)?
7. Como você escolheu o(s) segmento(s) de atuação?
8. Qual diferencial competitivo você buscou no seu(s) negócio(s)?
9. Descreva o momento da sua vida, o contexto em que decidiu começar a empreender
10. O que você avaliou antes de decidir começar a empreender?
11. Você considerava outras possibilidades de carreira quanto decidiu empreender? Quais?
12. Porque você escolheu empreender em detrimento das outras possibilidades?
13. Você considerou o contexto econômico do Brasil de Juiz de Fora na tomada de decisão em abrir seu 1º negócio?
14. Porque você escolheu a cidade de Juiz de Fora para abrir sua empresa?
15. Qual é a sua percepção sobre o potencial da cidade no desenvolvimento de negócios?
16. Como você levantou o capital necessário para a abertura do negócio?
17. Você possui sócios?
18. Qual era sua formação quando abriu o 1º negócio?
19. Qual é sua formação hoje?
20. Qual é a sua idade hoje?
21. Qual é sua cidade natal?
22. Você se considera realizado como empreendedor empresário?