

# EMPREENDER POR NECESSIDADE OU POR OPORTUNIDADE: UM ESTUDO REALIZADO NO COMÉRCIO DO SETOR DE VESTUÁRIO DO CENTRO DA CIDADE DE SÃO JOÃO DEL-REI

Maxuel da Silva Leite<sup>1</sup>

Clodoaldo Lacerda<sup>2</sup>

## Resumo

O presente trabalho tem por objetivo, investigar quais os motivos que levaram os empreendedores a empreender, se por necessidade ou oportunidade. As empresas pesquisadas são do comércio do setor de vestuário do centro da cidade de São João Del-Rei. As amostras da pesquisa foram coletadas e logo após processadas, assim foram identificando os dados e quantificados. A identificação do motivo o qual os empreendedores empreendem, foi efetuado com base no levantamento de uma série de justificativas que os empresários destacaram como relevantes para se abrir o negócio. Os resultados demonstram que 60% dos empresários que responderam o questionário empreenderam por necessidade, esses sentiram um desconforto financeiro advindo de um desemprego ou por falta de uma oportunidade digna de trabalho. Os empreendedores que empreende por oportunidade corresponde a 40%, esses por sua vez se prepararam para enfrentar o mercado com planejamentos antecipados para que seu empreendimento . Os resultados mostram que uma pequena parcela dos empreendedores buscam informações previamente sobre o mercado onde vai atuar e estratégias necessárias para se manter no mercado.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, empreendedor, oportunidade, necessidade, São João Del-Rei.

## Abstract

The purpose of this study is to investigate the reasons that led the entrepreneurs to undertake, if due to necessity or opportunity. The companies surveyed are from the apparel sector of downtown São João Del-Rei. The research samples were collected and soon after processed, thus the data were identified and quantified. The identification of the motive that entrepreneurs undertake was based on the collection of a series of justifications that the entrepreneurs highlighted as being relevant to opening the business. The results show that 60% of the entrepreneurs who

---

1 Graduando em administração pelo Instituto de Ensino Superior Tancredo de Almeida Neves - IPTAN

2 Mestre em administração pela Universidade Presidente Antônio Carlos - UNIPAC

responded to the questionnaire were out of necessity, they felt a financial discomfort due to unemployment or lack of an opportunity worthy of work. The entrepreneurs who undertakes by opportunity accounts for 40%, these in turn have prepared to face the market with advance planning so that their venture. The results show that a small portion of the entrepreneurs seek information previously on the market where they will act and strategies necessary to stay in the market.

**Key words:** Entrepreneurship, entrepreneur, opportunity, necessity, São João Del-Rei.

## INTRODUÇÃO

Muitas empresas no Brasil vão à falência antes mesmo de completarem 3 anos, na maioria das vezes por falta de planejamento, informações sobre mercado, público-alvo, entre outras. O empreendedorismo sem o conhecimento necessário, é um caminho que muitos adotam quando se deparam numa situação de desemprego. Outros já empreendem a partir de uma preparação, seja acadêmica ou buscando informações necessárias.

Espera-se compreender com este artigo o motivo que leva os empreendedores do setor de comércio da cidade de São João del-Rei a abrir seus negócios. A partir de uma necessidade ou por oportunidade?

O objetivo geral deste trabalho é identificar e levantar os motivos que levaram os empreendedores do setor de comércio na cidade de São João del-Rei a empreender. Têm-se como objetivos específicos: apresentar a origem histórica do termo empreendedorismo; identificar e apresentar os tipos de empreendedorismo existentes na literatura pertinente; realizar um estudo de caso na cidade de São João del Rei procurando analisar e compreender os motivos que levam os empreendedores do setor de comércio a empreender ou abrir seus negócios.

Este projeto tem como finalidade abranger as empresas do setor de vestuário do comércio do centro da cidade de São João del-Rei, analisando as atitudes empreendedoras de seus respectivos proprietários. Espera-se que o fruto do trabalho ajude na melhor identificação das razões e motivos que levam os empreendedores a empreender, podendo servir de base futura para um melhor direcionamento do ato de empreender na referida cidade e segmento do mercado vestuário varejista que será pesquisado. Para realizar esse estudo utilizou-se como

método, a pesquisa qualitativa. Para sustentá-lo será feito um levantamento de dados através de uma pesquisa de campo, aplicando um questionário semi-estruturado a empreendedores do setor de vestuário do comércio do centro da cidade de São João del-Rei.

Como parte deste artigo apresentar-se-ão os seguintes pontos: primeiramente far-se-á uma referência do tema empreendedorismo, seu conceito, história e características de um empreendedor. Depois abordar-se-á os modelos de empreendedores. Logo após far-se-á uma análise sobre os empreendedores do segmento do comércio da cidade de São João Del Rei, sendo proposta uma apresentação, análise e discussão dos resultados da pesquisa pretendida.

A fim de entender melhor o que é empreender, torna-se de total importância fazer uma abordagem teórica sobre o empreendedorismo, buscando desde as primordiais ideologias até as mais atuais, para se entender a temática. O ato de empreender é algo recorrente desde o século XVIII, portanto, saber sobre a sua origem e história serve de engajamento para se aprender sobre as características empreendedoras e seus respectivos tipos de empreendedores.

### **Uma abordagem teórica sobre empreendedorismo**

Buscando entender um novo conceito de empreendedorismo, Shane e Venkataraman (1999, *apud* Baron e Shane 2007) define o mesmo como uma visão mais ampla, entendendo que o empreendedorismo é visto como uma área de negócios, contudo entender o surgimento de oportunidades, a fim de criar algo novo. Tal como criar novos produtos ou serviços, mercados, processos de produção, matérias-primas e também como organizar novas tecnologias existentes.

Logo se entende que o empreendedor é aquele que consegue identificar uma oportunidade, que seja valiosa no sentido de ser explorada nos termos práticos de um negócio e ao mesmo tempo identificar as atividades na exploração e no desenvolvimento dessa oportunidade.

Associando algumas definições sobre empreendedorismo, Hisrich *et al.* (2008 p. 30) conceituam o mesmo como

um processo de criar algo novo com valor, dedicando um tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e

sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Nessa linha de pensamento, mas com uma visão mais holística, Souza e Guimarães (2005) dizem que o empreendedor é aquele que tem a missão de criar novos fluxos de produção, desenvolver vínculos e transações com o resultado de instituir novos empreendimentos. Assim empreender é inovar, é a capacidade de implementar novas possibilidades na economia.

Para tanto se faz necessário abordar a história do empreendedorismo, saber de onde que surgiu o termo, seus primeiros pensadores e observadores deste contexto histórico.

## **Origem e história do empreendedorismo**

De acordo com Chiavenato (2008) o empreendedorismo teve sua origem nos séculos XVIII e XIX através de pensadores econômicos, por sua vez esses pensadores defendiam a ação da economia que era refletida pelas forças livres de mercado e concorrência.

Já Hisrich *et al* (2009), fazem uma relação da história do empreendedorismo como uma evolução do mesmo. Eles começam dizendo que no período inicial o termo empreendedor era compreendido como intermediário, esse termo foi definido por Marco Polo<sup>1</sup> que estabeleceu rotas comerciais no extremo oriente. Esse comerciante aventureiro, que no início assinava contrato com pessoas de recursos para vender suas mercadorias, já assumia um papel de ativo nos negócios.

Hisrich continua sua evolução na história dizendo que o empreendedor era visto também como um administrador de projetos de produção, esse por sua vez já não assumia riscos, ele simplesmente administrava os projetos utilizando os recursos fornecidos pelo governo do país. No século XVII o empreendedorismo já teve uma relação com os riscos que os empreendedores teriam que assumir,

---

1 Marco Polo – um comerciante aventureiro nascido em Veneza, saiu de sua cidade aos 17 anos, retornando no ano de 1295 trazendo consigo as riquezas que conseguira com seus dons natos de um bom comerciante veneziano. Foi comandante de uma batalha naval onde os venezianos foram vencidos pelos genoveses e Marco Polo ficou em um cativeiro por 3 anos. Ali conheceu Rustichello da Pisa que após tomar conhecimento de suas histórias decidiu por escreve-las. “A descrição do mundo” foi um dos grandes sucessos descrito pelo autor, embasados em muitos manuscritos que se conservam até os dias de hoje. Marco Polo faleceu em 1324, com 69 anos.

firmando um acordo contratual com o governo e fornecer os produtos estipulados, toda responsabilidade de lucros e perdas era do empreendedor.

No século XVIII o empreendedor foi diferenciado para pessoa que fornecia o capital, que era o investidor de risco, isso se teve através da industrialização. No final do século XIX e início do século XX os empreendedores já eram vistos como aquele que organizava e esperava uma empresa com o objetivo de lucro pessoal, ele já era parte integrante de todas as operações da empresa. Em meados do século XX, já estabeleceu a noção de empreendedor como inovador. (HISRICH 2009)

Nota-se que há uma evolução no modo em que o empreendedor era visto. Por consequência os autores citados a seguir diferenciam os empreendedores por seus respectivos tipos.

### **Tipos de empreendedores**

De acordo com Dolabela (2003, *apud Santos et al*, 2008), há um conjunto de fatores que estão ligados às condições de ser um empreendedor, entre eles o autor destaca o ambiente, a democracia, a cooperação e a estrutura que requer um certo poder.

Bolton (2007, *apud Santos et al* 2008), destaca três tipos de empreendedores, sendo eles: Empreendedor corporativo, que é o empreendedor que inicia novos negócios a partir de novas idéias, invenções com novas técnicas e formas de atuar comercialmente, ele busca transformar seus produtos em um produto de sucesso. Pessoas que se reinventam e que tem visão de futuro buscando o desenvolvimento e o reconhecimento dentro da organização, ele se destaca sempre no mercado de trabalho melhorando sua imagem e a dos produtos;

#### **O empreendedor Interno**

é aquele profissional que tem característica semelhante ao do empreendedor, mas em vez de iniciar novos empreendimentos por iniciativa própria, colocando essas capacidades ao serviço de uma empresa já existente, é um profissional independente que gerencia suas ações sem vínculo específico com uma organização. BOLTON (2007, *apud Santos et al* 2008 p.12/13);

E por fim Bolton (2007) apresenta o empreendedor social, este por sua vez está ligado a área social do seu bairro, cidade, estado ou país. Normalmente ele trabalha em uma organização não governamental, que está direta ou indiretamente

ligada a resolução de problemas como a pobreza, fome, drogas e saúde, isso sem se refugiar por falta ou escassez de recursos.

### **Características empreendedoras**

Shaw *et al* (2002, *apud* Degen 2009, p.11) caracteriza um empreendedor bem sucedido como

Alguém que não se conforma com os produtos e serviços disponíveis no mercado e procura melhorá-los. É o inconformismo de Shaw; Alguém que, por meio de novos produtos e serviços, procura superar os existentes no mercado. É o agente de processo de distribuição criativa de Shumpeter. Alguém que não se intimida com as empresas estabelecidas e as desafia com seu novo jeito de fazer as coisas. É a necessidade de realizar de McClelland.

Já Maximiano (2006), cita quatro principais características que o empreendedor precisa ter. Uma destas é a criatividade e capacidade de implementação, que são conceitos daquela pessoa que é capaz de identificar, idealizar e colocar em prática coisas novas, ou seja, imaginam e fazem as coisas acontecerem.

Outra característica é a disposição para assumir riscos, esses por sua vez, buscam ter a noção do investimento que está fazendo, os riscos que está correndo e saber enfrentar as possibilidades de insucesso ou perdas;

Também é necessário ter perseverança e otimismo, o sucesso de uma organização se dá através da persistência, sabendo enfrentar os riscos e dificuldades e saber que sua empresa alcançará o sucesso enfrentando os obstáculos e sua visão de sucesso.

Por fim Maximiano acrescenta a última característica que é o senso de independência, são os que buscam autonomias, ou seja, preferem depender de sua própria capacidade do que trabalhar para outros.

Assim sendo, vê-se que o empreendedor deve ter em mente um objetivo, e para que ele alcance esse objetivo e preciso criar metas e identificar as oportunidades presente no mercado. Para um melhor entendimento destacar-se-a agora sobre aqueles que empreendem por necessidade e por oportunidade.

## **Empreender por necessidade**

Lemes Junior e Pisa (2010) dizem que a pessoa que se torna empreendedora por necessidade é aquela decorrente de uma ausência de oportunidade de emprego. A condição de desemprego ou a falta de oportunidades dignas direciona os indivíduos a criar seu próprio negócio. Logo esses empreendedores na maioria das vezes abrem suas empresas de maneira informal, por não ter condições financeiras necessárias para formalizá-la.

Já Lezana (2004, *apud* Santos *et al* 2007) diz que o empreendedor por necessidade surge através de uma insatisfação, um desequilíbrio no modo de estado pessoal em que o indivíduo se vê em uma situação de desconforto financeiramente, por isso ele sente a necessidade de agir, transformando esse estado de carência em uma satisfação.

Essa insatisfação e desconforto financeiros citados acima, fica bem clara na pesquisa que se vê a seguir, uma abordagem que mostra os níveis de empreendedores novos no mercado a partir de um fator determinante que é o desemprego.

A pesquisa do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2015 constatou que cerca de 52 milhões de brasileiros com a idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos em um negócio, seja ele inicial ou já estabelecido. Pela pesquisa observa-se que ainda houve um aumento significativo na taxa de empreendedorismo inicial que foi de 17,2% em 2014 para 21% em 2015. Segundo a própria pesquisa o empreendedor por necessidade é a maioria em todo país.

As análises apresentadas pela pesquisa mostram que, por mais que as taxas de empreendedorismo tenham aumentado no Brasil aos anos de 2014 e 2015, se comparadas aos últimos anos de pesquisa no país 2011 a 2014, estas foram as mais impactantes pelo empreendedorismo por necessidade. Isso se teve através das altas taxas de desemprego o país nos últimos anos. Sendo assim o empreendedor por necessidade é a maioria do país, segundo a própria pesquisa.

As reflexões citadas a cima pelos autores nos leva a uma observação, o indivíduo que empreende por necessidade se vê sem alternativa diante de uma situação problemática na vida financeira. Para tanto, ele se aventura pelo mundo dos negócios, começa a colocar seu lado criativo e perpicaz em ação, identificando as

oportunidades que surgem diante de tal situação.

Conquanto, existe aquele empreendedor que visa uma oportunidade promissora diante de seus conhecimentos, sempre colocando-os em prática com o intuito de se obter um negócio com maiores possibilidades de se atingir suas metas.

### **Empreender por oportunidade**

O empreendedor por oportunidade tem como principal objetivo desfrutar dos conhecimentos que foram fornecidos ao longo de sua vida, acadêmica ou profissional, bem como as oportunidades de negócios existentes no mercado. Após identificar as possibilidades de trabalho, o empreendedor utilizará de suas habilidades pessoais para elaborar suas estratégias, organizar os processos e executá-los. (LEMES Junior e PISA, 2010)

Seguindo os mesmos parâmetros Longenecker *et al* (2004), dizem que o empreendedor por oportunidade se sustenta em uma base sólida de estudos técnicos, como economia, linguas e leis. Esses empreendedores visam um crescimento agregando suas habilidades em reconhecer estratégias de marketing e de vendas. Planejar o futuro, pesquisar o mercado onde irá atuar e usar das tecnologias em seu favor são especialidades desse tipo de empreendedor visando seu crescimento.

Nixdorff e Solomon (2005, *apud* Santos *et al*, 2007) apontam que os aspectos relevantes para um bom reconhecimento de oportunidades se realça através de um treinameto e com educação.

Já Sipilã (2006, *apud* Santos *et al* 2007, p. 4) diz que

o reconhecimento das oportunidades pode ser pensado como um processo, onde empreendedores buscam identificar oportunidades para explorá-las; entretanto, para ser capaz de vizualizar uma oportunidade, é necessário reconhecê-la, o que não pe uma habilidade muito fácil de desenvolver. Por fim, conceitua oportunidade como uma situação futura desejada que tem um potencial valor econômico.

Entenden-se então que o empreendedores por oportunidade, mesmo vendo outras opções de emprego ele escolhe outro caminho, o de iniciar seu próprio negócio. Esses empreendedores visam lucros e fazem um planejamento prévio com estragégias a longo praso.

Com o propósito de averiguar quais os tipos de empreendedores que há no comércio do setor de vestuário no centro de São João del rei, faz necessário entender um pouco mais sobre a história da cidade.

## **São João Del Rei**

São João del-Rei é um município brasileiro da região do campo das vertentes, pertencente ao estado de Minas Gerais. Sendo considerada uma das maiores cidades setecentistas mineiras. A cidade foi fundada por bandeirantes paulista, considera-se Tomé Portes Del-Rei como seu fundador. Em seu Centro Histórico observa-se diversas linhas arquitetônicas.

Sobrinho (1997 *apud* Silva *et al* 2015, p.7) destaca que

durante todo o século XVIII, São João del-Rei teve a mineração como principal atividade econômica, entretanto, foi somente após o declínio da mesma que surgiram outras atividades ligadas ao artesanato, à construção, ao serviço militar, à burocracia administrativa e logicamente ao comércio. (...).

O autor ressalta ainda que por volta do século XIX o comércio Sanjoanense teve um aumento significativo, sendo considerado uma importante economia para a cidade.

Segundo o censo do IBGE 2010 a cidade tem cerca de 84 404 habitantes. A economia de São João se destaca em termos de produção agrícola, tendo em vista a enorme área do município. Há também em sua localidade importantes empresas nas áreas de têxteis, metalurgia, alimentícia, entre outras, sendo então um dos principais polos industriais do Campo das Vertentes. Estão localizadas na cidade multinacionais como a Bozel Brasil S/A e a LSM Brasil S/A (Antiga Fluminense).

O comércio é um dos grandes geradores de emprego e renda, pois se consolidou como um dos atrativos que fazem de São João del-Rei uma cidade-polo. A cidade possui grande variedade de lojas de vários setores. A cidade é conhecida também por ser uma cidade universitária devido a presença da UFSJ, do IPTAN e IF sudeste MG, fazendo com que sua economia fique aquecida o ano todo.

Devido ao grande número de comércio do setor de vestuário situado no centro da cidade de São João Del Rei, faz-se necessário uma pesquisa com o intuito de averiguar quais foram os motivos que levaram os donos desses comércios a abri-los.

## **Metodologia de pesquisa**

Realizar-se-á uma pesquisa cujo método é qualitativo. Marcone e Lakatos (2011, p. 271) “afirma que a pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentados pelos entrevistados, em lugar das medidas quantitativas de características ou comportamentais”. Já para Vergara (1997, apud Cruz Junior et al, 2006) as pesquisas qualitativas tem o objetivo de investigar as realidades sociais através da percepção e interpretação do significado das pessoas na construção social.

Para sustentar essa pesquisa optou-se pela pesquisa de campo, para Andrade (2010) a pesquisa de campo é realizada dentro de um contexto social, isso se aplica pois ocorre de acordo com o ambiente em que é feita a coleta de dados, onde ocorrem espontaneamente os fenômenos sem que haja interferência do pesquisador sobre ele.

Marcone (1990, p.75) destaca que a

pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ ou conhecimento acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta ou de uma hipótese, que se queira comprovar ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou relações entre eles.

O questionário é um instrumento de coleta de dados, esse instrumento constitui-se por uma lista de questões relacionada ao problema de pesquisa, esse por sua vez deve ser aplicado a certo número de informantes. (RODRIGUIS 2006).

O questionário semi-estruturado foi aplicado aos empreendedores do comércio do setor de vestuário do centro da cidade de São João Del Rei, mesmo sendo rejeitada pesquisa de campo, foram obtidas respostas de quinze empreendedores, esses se dispuseram a responder o questionário sem alteração.

Os resultados da pesquisa demonstradas no item a seguir atestam a realidade do centro da cidade pesquisada.

## **Análise e discussão dos resultados**

Analisar-se-ão agora os resultados obtidos pela pesquisa, serão descritos de forma ordenada de acordo com a estrutura das 11 questões representadas nos

procedimentos metodológicos.

De acordo com os levantamentos dos dados, verificou-se que 73,34% dos empreendedores pesquisados são do sexo feminino e que apenas 26,66% são do sexo masculino.

Os dados que serão apresentados a seguir fazem uma analogia dos empreendedores que há no centro de São João Del-Rei no setor de comércio de vestuário, relacionando-os com idade do empreendedor, tempo de vida da empresa bem como o gênero do empresário.

<b>Empresa</b>	<b>Gênero do empreendedor</b>	<b>Idade do empreendedor</b>	<b>Tempo da empresa</b>
<b>A</b>	Feminino	Acima de 29	Acima de 10
<b>B</b>	Feminino	Acima de 29	Acima de 10
<b>C</b>	Masculino	Acima de 29	Acima de 10
<b>D</b>	Masculino	Acima de 29	Entre 5 e 10
<b>E</b>	Feminino	Acima de 29	Entre 5 e 10
<b>F</b>	Masculino	De 21 a 29	Entre 5 e 10
<b>G</b>	Feminino	Acima de 29	Entre 3 e 5
<b>H</b>	Feminino	Acima de 29	Entre 3 e 5
<b>I</b>	Masculino	Acima de 29	Entre 3 e 5
<b>J</b>	Feminino	De 21 a 29	Entre 3 e 5
<b>K</b>	Feminino	De 21 a 29	Entre 3 e 5
<b>L</b>	Feminino	De 21 a 29	Entre 1 e 3
<b>M</b>	Feminino	De 21 a 29	Entre 1 e 3
<b>N</b>	Feminino	De 21 a 29	Entre 1 e 3
<b>O</b>	Feminino	Menos de 21 anos	Menos de 1

Quadro 01 – Dados iniciais das empresas pesquisadas

Fonte: Dados da pesquisa

A partir dos resultados apresentados acima entende-se que a relação entre idade e experiência é influenciável no sentido de quanto maior a idade do empreendedor maior a experiência desses. Das empresas pesquisadas, 20% delas tem acima de dez anos de existência no mercado Sanjoanense, sendo que todas com empreendedores com idade superior a 29 anos de idade; 2 empreendedores do sexo feminino e apenas um empresário do sexo masculino. Das empresas que tem idade entre 5 e 10 anos que somam 20% do total dois empreendedores tem idade acima de 29 anos e um empreendedor tem entre 21 e 29 anos.

Dos empreendimentos pesquisados que tem entre 3 e 5 anos de vida correspondem a 33,33 % (5 empresas) do total sendo 3 empreendedores com idade

acima de 29 anos e 2 com idade entre 21 e 29 anos; esses empreendedores consistem em 4 do sexo feminino e apenas 1 do sexo masculino. As empresas pesquisadas com idade entre 1 e 3 anos correspondem a 20%, sendo todos empreendedores do sexo feminino e todos com idade entre 21 e 29 anos. Somente uma empresa pesquisada tem menos de 1 ano de existência no comércio do setor de vestuário do centro da cidade de São João Del-Rei (6,67%), esse empreendedor é do sexo feminino e tem idade inferior ou igual a 21anos.

Apresentam-se agora os resultados com o intuito de avaliar qual a porcentagem dos empreendedores pesquisados empreenderam por necessidade e oportunidade. Para tanto fez necessário montar uma tabela com os motivos que levaram os empresários a abrir seu negócio no centro da cidade São João Del-Rei.

Quadro 2 – Dados secundários da pesquisa.

<b>Motivos identificados como necessidade</b>	Respondentes em %
Independência do modelo formal de trabalho	13,33
Necessidade de sobrevivência	33,33
Desemprego	33,33
Instabilidade financeira	60
Aproveitou o FGTS pra abrir o negócio	26,66
<b>Motivos identificados como oportunidade</b>	Respondentes em %
Ser independente	66,67
Facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos adquiridos a partir de um determinado curso / relacionamentos e contatos na área	40
Identificação de uma oportunidade de negócio	13,34
Experiência/ influência/ relacionamentos familiares	13,33

Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar o quadro identificam-se como necessidade os motivos relevantes diante das situações citadas pelos autores no referencial metodológico. Dentre os fatos releva-se a necessidade de sobrevivência onde 33,33% dos pesquisados identificaram-na como um dos principais motivos que levaram a empreender. O mesmo acontece com 33,33% dos empreendedores pesquisados onde esses mencionam o desemprego como um dos fatores que levaram a empreender, o que condiz com a teoria de Lemes Junior e Pisa que atestam que esses são os fatores

que direcionam os empreendedores a criar seu próprio negócio.

Entende-se que o ocorrido com 60% foi uma insatisfação financeira em que a pessoa se encontra quando decide abrir seu empreendimento, o que confere com o que Lezana (2010) diz em seu conceito sobre empreendedor por necessidade, para ele esses empreendedores sentem um desconforto financeiramente onde são motivados a agir para satisfazer sua necessidade financeira.

Os empreendedores que abriram seu empreendimento com o dinheiro que receberam do FGTS<sup>2</sup> decorrente de seu desemprego correspondem a 26,66%.

Dentre os quesitos identificados como motivos de oportunidade encontra-se em destaque o de ser independente, com 66,66% dos empreendedores pesquisados. Já 40% dos empreendedores iniciaram seus empreendimentos através dos conhecimentos adquiridos durante uma vida acadêmica ou por parte de conhecimentos específicos na área em que se está aventurando. Lemes Junior e Pisa (2010) dizem que partir desses conhecimentos esses empreendedores planejam de forma organizada e com antecedência seu empreendimento, trabalha com estratégias pré definidas e busca lucros determinados ao longo prazo. a respeito desses empreendedores.

Os empreendedores que identificaram uma oportunidade de negócio correspondem a 13,33% dos empresários que responderam nosso questionário. Mesmo com outras opções de emprego esses empreendedores reconheceram um negócio promissor e investiram seus conhecimentos no negócio.

Dos resultados obtidos pela pesquisa 13,32% dos respondentes deu início aos trabalhos empreendedores através de conhecimentos e relacionamentos familiares, deram continuidade no empreendimento familiar.

A pesquisa apontou que 73,33% dos respondentes sabem o que é um empreendedor e se consideram como um. Já 26,67% não sabem. Dos empreendedores pesquisados 60% deles dizem se enquadrar no empreendedorismo por necessidade, 20% dizem se enquadrar no empreendedorismo por oportunidade e 20% se enquadram nos dois tipos de empreendedorismo.

---

2 FGTS: Fundo de Garantia de Tempo de Serviço

## **Considerações finais**

A presente pesquisa investigou os motivos que levaram os empreendedores do setor de comércio de vestuário do centro da cidade de São João Del-Rei a abrir seus empreendimentos. Para tanto utilizou-se de referências bibliográficas para citar os principais conceitos e características do termo empreendedorismo, que embasaram a referida pesquisa.

A pesquisa mostrou que os empreendedores que iniciaram seu negócio por necessidade deram início ao novo empreendimento através de uma insatisfação financeira, seja por meio de um fator agravante que é o desemprego ou até mesmo pela falta de oportunidades de emprego.

Os levantamentos não mostraram uma associação clara com a asserção levantada pelo GEM (GEM Brasil 2015, SEBRAE) onde os empreendedores que empreendem por necessidade devida a falta de emprego relacionando com a crise financeira e altas taxas de desemprego daquele ano. Identificaram-se poucas empresas pesquisadas com menos de 3 anos de existência, ou seja, essas não tem vínculo as informações colhidas pela pesquisa do GEM.

As influências familiares e de pessoas já ligados ao setor de comércio em que os empreendedores arriscam em entrar, teve uma relevância na hora de analisar os resultados, esses empreendedores dão continuidade ao trabalho que já vem sendo desenvolvido ao longo de um certo tempo.

À luz dos resultados obtidos pela pesquisa nota-se que é perceptível uma nova holística sobre o assunto, visando novas investigações, abrangendo-se um percentual maior de número de empreendedores que poderiam ser pesquisados, levando em consideração novos pontos, ou seja, bairros envolvendo público alvos diferentes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 2010

BARON R. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. Cengage Learning, 2007

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2008

DOLABELA, Fernando - Pedagogia Empreendedora. São Paulo: Editora Cultura, , 2003

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: Empreender por opção de carreira. São Paulo: Person Prentice Hall, 2009

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009

LONGENECKER, Justin G.; MORE Carlos W. PETTY J. William: Administração de pequenas empresas. São Paulo: Pearson, 2004

MARCONI, Marina De Andrade.; LAKATOS, Eva Maria Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Administração para Administradores: Fundamento da criação da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

RODRIGUES, Auro de Jesus. Metodologia científica. São Paulo: Avercamp, 2006

SANTOS, Andréia de Oliveira; ANDRADE, Náutilos Alves de; GUSMÃO, Kelly Rodrigues da Silva; BARBOSA Sâmara Rangel, TEIXEIRA, Taciana de Freitas Marques; FONTINATE, Vera Lúcia Pereira . Projeto interdisciplinar empreendedor/ empreendedorismo. Belo Horizonte, 2008.

SANTOS, Paulo da Cruz Freire; MINUZZI, Josiane; GARCIA, Janaina Renata; LEZANA, Álvaro Guilherme Rojas: Empreender Por Necessidade ou Por Oportunidade: um Estudo com Empreendedores Catarinenses. Foz do Iguaçu, 2007

[http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/as\\_fantasticas\\_\\_e\\_verdadeiras\\_\\_aventuras\\_de\\_marco\\_polo.html](http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/as_fantasticas__e_verdadeiras__aventuras_de_marco_polo.html)

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)