

Temática: Empreendedorismo, Startups e Inovação

**HISTÓRIA DE VIDA DE EMPREENDEDORES SENIORES: FATORES
CONDICIONANTES PARA A CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS**

RESUMO

O objetivo deste artigo é compreender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a criarem seu próprio negócio em Aracaju, a partir da história de vida. Os estudos sobre o tema são relativamente recentes e dispersos, então viu-se a necessidade de aprofundar na temática para avançar no conhecimento. Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa e história de vida, utilizou-se da entrevista semiestruturada como técnica de coleta de dados. Para a análise dos resultados, optou-se pela estratégia da análise da narrativa que foram apresentados os relatos a partir das experiências de empreendedorismo dos entrevistados. Os resultados apontam os fatores individuais e interpessoais que levaram os empreendedores seniores a abrirem seu próprio negócio, além das principais dificuldades para obter sucesso no mercado.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Sênior. Fatores condicionantes. História de vida. Criação de negócios.

ABSTRACT

The main of this paper is to understand the conditioning factors that lead senior entrepreneurs to create their own business in Aracaju, from the life story. The studies on the subject are relatively recent and dispersed, so it was seen the need to deepen in the theme to advance in knowledge. This study is characterized as a research of qualitative approach and life history, using semi-structured interviews as a data collection technique. For the analysis of the results, we opted for the strategy of narrative analysis that were presented the reports from the experiences of entrepreneurship of the interviewees. The results point out the individual and interpersonal factors that led senior entrepreneurs to open their own business, as well as the main difficulties to succeed in the market.

Keywords: Senior Entrepreneurship. Conditioning factors. Life story. Business creation.

1 INTRODUÇÃO

A expectativa de vida vem aumentando no Brasil por vários motivos, dentre eles, podemos citar os avanços na medicina, melhoria na qualidade de vida e, principalmente, o decréscimo na mortalidade infantil, já que é o principal fator para o cálculo da expectativa de vida (Gesser, 2005). Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) mostram que houve um aumento da expectativa de vida de 76 anos em 2017 para 76,9 anos em 2021. Esse aumento na população brasileira mais madura também reflete no crescimento de pessoas com idade acima de 55 anos para a criação de novos negócios. Apesar disso, não houve um crescimento contínuo na taxa de empreendedorismo sênior inicial. Os relatórios do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021) mostram que a taxa de empreendedorismo sênior foi de 12,4% para 10% da população de 55 a 64 anos em 2021 mas, voltou a um patamar mais alto em 2022 (16,4%). Dentre as causas dessa redução na taxa de empreendedorismo em 2021, as mais mencionadas tinham relação com a pandemia do COVID-19. Houve muitos empreendedores novos no ano mencionado, mas nem todos conseguiram se manter por conta da pandemia.

Estudos do SEBRAE (2023) mostram que no primeiro trimestre de 2020, havia aproximadamente 1,9 milhão de pessoas na terceira idade atuando como empreendedores e, esse quantitativo traz um grande impacto para a economia do país. Os seniores representam um número cada vez maior de brasileiros que conquistam espaço no mercado de trabalho, impulsionando a economia e contribuindo para a geração de riqueza nacional (Mendes, 2016). Gutterman (2022) define o empreendedorismo sênior como qualquer atividade empreendedora criada por um indivíduo com 50 anos ou mais.

Comparando os relatórios do GEM entre 2019 e 2022, percebe-se que houve um crescimento no empreendedorismo sênior estabelecido, que consiste nos empreendedores que possuem um negócio com mais de 3 anos e meio de existência, o qual partiu de 12,4% em 2019 para 13,9% em 2022. Por outro lado, o mercado nem sempre está preparado para receber esse perfil de empreendedor. Isso ocorre por motivos como preconceito com a idade e questões culturais que envolvem o choque de opiniões com a classe social mais jovem, por isso, torna-se mais difícil permanecer economicamente ativo (Pereira; Vasconcelos, 2021; Mendes, 2016). Diante desse cenário, a presente pesquisa procurou explorar esse perfil empreendedor para compreender os fatores condicionantes que levam essa parcela da população a abrir o seu próprio negócio.

Este artigo tem como objetivo compreender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a criarem seus próprios negócios em Aracaju, a partir da história de vida. Para entender os fatores condicionantes, nos baseamos no estudo de Gonçalves e Pifano (2015), por se aprofundar na literatura sobre os fatores condicionantes que levam a faixa etária pesquisada a criar seu próprio negócio.

Apesar de ser um tema atual, de acordo com Schmitz, Lapolli e Bernardes (2011), as pesquisas sobre empreendedorismo sênior ainda são pouco exploradas (Santos *et al.*, 2023). Diante dessa lacuna, é necessário aprimorar os estudos sobre o tema e entender os fatores que levam os empreendedores seniores a abrirem seu próprio negócio. Tal perspectiva de vida pode contribuir para a criação de políticas públicas, na esfera nacional, e ajudar as instituições que trabalham com empreendedorismo a terem um olhar diferenciado sobre essa parcela da população, incentivando-os a empreender e oferecendo novas oportunidades de renda. Com

isso, este artigo também tem o intuito de contribuir para avançar nos estudos para ampliar e renovar as pesquisas sobre o tema.

Este artigo foi dividido em três seções, além da introdução e conclusão. Na primeira seção abordará os conceitos e importância do empreendedorismo e do empreendedorismo sênior, além dos fatores condicionantes que levam o empreendedor sênior a abrir seu próprio negócio. Na segunda seção será detalhada a metodologia utilizada na pesquisa e na terceira seção será apresentada a análise dos dados coletados.

2. EMPREENDEDORISMO: CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA

Os estudos sobre empreendedorismo versam sobre a criação de novas empresas, em novos mercados e em suas mudanças. É necessário destacar que o empreendedorismo é um fenômeno complexo e que precisa ser entendido por várias abordagens do conhecimento. No campo da Administração, por exemplo, o empreendedor é visto como o gestor de uma empresa, pelo fato de o ato de administrar ser essencial na criação de um negócio. Já na abordagem sociológica, o empreendedor é visto como um criador de organização que gera empregos e produtos (Verga; Silva, 2015). Contudo, para Hisrich e Peter (2004), o empreendedorismo é muito mais do que gerar riqueza, trazendo também mudanças na estrutura de negócios e na sociedade.

A população brasileira é vista como potenciais empreendedores, já que o empreendedorismo espontâneo faz parte da cultura do país. Para que isto se desenvolva melhor, os cidadãos precisam de estímulos para superar obstáculos como a falta de autoconfiança, a burocracia e a disciplina (Baggio; Baggio, 2015). Pesquisas do GEM (2022) mostram que a taxa de brasileiros que sonham em ter seu próprio negócio é de 59,9%, sendo superior aos que querem fazer carreira em uma empresa (45,9%).

O empreendedorismo pode acontecer tanto por oportunidade quanto por necessidade (Costa; Rocha, 2019). O empreendedorismo por oportunidade acontece quando uma ou mais pessoas identificam uma oportunidade de criar algo novo que pode surgir através de mudanças na tecnologia, no conhecimento, na economia e mudanças demográficas, além da independência financeira, auto-realização e desejo de obter uma renda maior (Verga; Silva, 2015; Vicenzi; Bulgacov, 2013). Já o empreendedorismo por necessidade é definido por Vale, Corrêa e Reis (2014) como aquele que cria um negócio por falta de oportunidade no mercado de trabalho ou, de acordo com Mendes (2016), para complementar a renda.

Além de empreender por oportunidade ou por necessidade, existem os empreendedores que abrem seu negócio de maneira formal ou informal. O conceito de negócio informal é entendido por Lima (2010, p. 172) como “trabalho não regulamentado e localizado de forma majoritária em setores de baixa produtividade e rentabilidade como a pequena produção familiar, atividades comerciais ambulantes e outras voltadas à subsistência”. Essa informalidade está relacionada à falta de capacidade dos gestores de absorverem os elevados custos trabalhistas, evitando a burocracia e os impostos. Com isso, a decisão pela formalidade encontra resistência e insegurança por parte dos gestores (Siqueira; Rocha; Telles, 2013).

A atividade empreendedora exerce uma alta influência no nível de desenvolvimento econômico de uma região, possibilitando o desenvolvimento sócio-sustentável, inovação e diminuição do desemprego (Brás, 2013; Mendes,

2016). Para Baggio e Baggio (2015) não há desenvolvimento econômico sem que existam os empreendedores. Nos países que estão em desenvolvimento, juntamente com as inovações tecnológicas, o empreendedorismo pode gerar criação de novos postos de trabalho e, conseqüentemente, contribuir para o desenvolvimento econômico (Gomes, 2011). Dados do relatório do GEM de 2022, mostram que o Brasil continuou apresentando altos níveis de empreendedorismo, apesar de não ter crescimento ou redução significativa em relação a 2021, estimando-se cerca de 42 milhões de empreendedores no país.

2.1 Empreendedorismo sênior: nuances e maturidade

O GEM (2019) define a categoria sênior como a faixa etária de pessoas entre 55 e 64 anos. Porém, essa categoria foi criada pela sociedade e não depende da estrutura biológica e estágio de maturidade do indivíduo (Schmitz; Lapolli; Bernardes, 2011). Apesar da idade cronológica de início de carreira empreendedora ser de 22 a 45 anos, acredita-se que o empreendedorismo também seja desenvolvido na maturidade. Tornar uma pessoa de idade mais avançada um indivíduo atuante no mercado de trabalho, vai contribuir para o fortalecimento e progresso da economia do país (Mendes, 2016).

De acordo com Menefee (2013), estatísticos revelam que até 2050 pode haver mais de 2 bilhões de pessoas com mais de 60 anos e, com isso, grandes questões sociais e econômicas surgirão. Uma parte dessa população não planejou a aposentadoria ou não se realizou profissionalmente, portanto, uma das principais soluções é que esses cidadãos abram seus próprios negócios.

Quanto maior a idade do indivíduo, mais dificuldades ele encontra para conseguir trabalho no mercado. Isso se dá pelo fato de os empregadores não terem interesse nessa faixa etária uma vez que, quanto mais elevada for a idade, menor é sua disposição para o trabalho, a força física é prejudicada e não conseguem acompanhar os avanços tecnológicos (Zanatta, 2022; Orellana; Vian, 2016). No entanto, esses fatos foram desmentidos e comprovados que as pessoas mais maduras, lúcidas e sem restrições físicas podem gerar bons resultados para qualquer empresa (Santos *et al.*, 2023).

As características do indivíduo na terceira idade vêm mudando, deixando de ser aquele que fica em casa cuidando dos afazeres domésticos e passando a ser aquele que busca mais qualidade de vida. Uma das maneiras de alcançar esse objetivo é através do empreendedorismo sênior, fenômeno que está se desenvolvendo cada vez mais, porém, ainda pouco explorado. Contudo, existe um desafio para conseguir se desvincular dos seus costumes e ter disposição para acompanhar os avanços da sociedade para ter sucesso no seu próprio negócio (Santos *et al.*, 2023).

2.2 Fatores condicionantes para os empreendedores seniores

Para entender o que influencia os empreendedores seniores a criarem o seu próprio negócio, foi levado em consideração três fatores condicionantes interpostos por Gonçalves e Pifano (2015): fatores individuais; fatores interpessoais e; fatores socioeconômicos. Para os autores, muitos estudos enfatizam a importância de características psicológicas e de personalidade na influência da decisão de criar um novo negócio. Além disso, também existem fatores de situação de vida e motivações pessoais que também possuem o mesmo grau de influência para empreender.

Dentre as características psicológicas e de personalidade, podemos citar como exemplo a tolerância ao risco, autonomia, elevado nível de autocontrole, criatividade e capacidades sociais e de inovação. Indivíduos com essas características acreditam que suas ações determinam o seu desempenho, o que interfere nos resultados futuros (Gonçalves; Pifano, 2015).

Também existem fatores da situação de vida que levam um empreendedor sênior a criar o seu próprio negócio, como aumentar sua renda na aposentadoria ou ter renda antes da aposentadoria. Muitas vezes o valor pago pela previdência não é o suficiente para manter os custos ou o estilo de vida do aposentado, por isso, eles precisam de outra fonte de renda e acabam empreendendo. Muitos dos empreendedores seniores criam seu negócio com algo que já faziam antes da aposentadoria, porém, agora tratam como fonte de renda. Alguns usam como fonte de renda principal quando demitidos e não possuem poupança suficiente para se sustentar, e outros usam apenas como renda extra e como alternativa para driblar o tédio através de um sonho antigo (Menefee, 2013).

Para Gonçalves e Pifano (2015) a existência de parentes próximos com experiência no empreendedorismo e relações com empreendedores é um importante fator condicionante nas intenções de criação de um novo negócio. A experiência de parentes próximos pode influenciar de diversas maneiras, como “herança de um negócio ou dos recursos da família, desenvolvimento de características psicológicas mais propensas ao empreendedorismo ou aprendizagem de determinadas capacidades empreendedoras” (Gonçalves; Pifano, 2015, p.7).

De acordo com Vicenz e Bulgacov (2012), a família também pode ser um fator condicionante para a abertura de um negócio. Familiares com empreendimento compartilham responsabilidades para chegar a um resultado comum, que é o de manter a riqueza já alcançada com seu negócio.

Além da família, Ducci e Teixeira (2011) destacam que identificar os recursos que uma estrutura social pode oferecer é importante para estabelecer um negócio. Essa estrutura pode trazer recursos sociais como contatos de negócios que ajudam o empreendedor a conseguir fazer com que certos objetivos sejam alcançados. Ademais, esses relacionamentos são essenciais para estabelecer confiança na criação de um negócio.

Os fatores socioeconômicos tratam da economia e das condições de mercado a qual o empreendedor está inserido. A capacidade de gestão empresarial e a valorização da cultura empreendedora do país são fatores que encorajam a criação de novos negócios (Gonçalves; Pifano, 2015).

De acordo com Zanatta (2022), pesquisas da Maturi e EY mostram que quase 80% das empresas se reconhecem como etaristas, ou seja, há um viés contrário aos trabalhadores com mais de 50 anos. Entretanto, essa situação começa a mudar por conta da alta rotatividade dos profissionais nas organizações. Algumas empresas começam a enxergar um diferencial nessa população, principalmente por conta da chamada economia prateada.

A “Economia Prateada” ou “Economia da Longevidade” é vista no Brasil como um conjunto de estratégias propostas pelo Estado para estimular pesquisadores e o setor privado a aproveitarem o envelhecimento populacional para adaptar a economia à nova dinâmica da população e melhorar o desenvolvimento econômico (Niwa *et al.*, 2021). Com isso, para melhor entender o público dessa faixa etária, observa-se que é fundamental ter esses profissionais mais maduros atuando no mercado (Zanatta, 2022).

3. METODOLOGIA

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa qualitativa por entender áreas pouco estudadas e capturar emoções e sentimentos que não são percebidos em métodos de pesquisas mais convencionais (Strauss; Corbin, 2008). Nesta pesquisa tal método ajudou a compreender o empreendedorismo sênior, que ainda é um tema pouco explorado (Santos *et al.*, 2023).

Yin (2016) considera cinco características da pesquisa qualitativa: a) estudar o significado da vida das pessoas; b) representar a opinião e perspectiva das pessoas; c) abranger as condições contextuais em que as pessoas vivem; d) contribuir com conceitos que possam ajudar a explicar comportamentos sociais; e e) usar múltiplas fontes de evidência. Para efeitos deste estudo, as características “contribuir com conceitos que possam ajudar a explicar comportamentos sociais” e “usar múltiplas fontes de evidência” foram as que mais se identificaram por desenvolver melhores resultados quanto às motivações e comportamentos dos empreendedores de 55 a 65 anos. De acordo com o relatório do GEM (2022), a faixa etária considerada como empreendedor sênior é entre 55 e 64 anos. Utilizando desta definição, foram entrevistados três empreendedores na cidade de Aracaju - SE que se enquadram nessa faixa etária descrita pela literatura. Os entrevistados foram selecionados por meio da acessibilidade.

A história de vida também foi utilizada como uma abordagem de pesquisa para se obter um resultado mais completo para este estudo. Michel (2015) tem em vista que esse método analisa realidades sociais que transformam o mundo e, Martins e Theóphilo (2009), ainda complementam que a análise é feita através da apresentação de memórias e autobiografias. Desta forma, foram analisadas experiências particulares, visões pessoais, padrões e reações culturais dos empreendedores seniores, sem perder o senso crítico (Michel, 2015). Essa abordagem de pesquisa foi importante para a análise dos dados porque deu a oportunidade aos entrevistados de contarem sobre o seu negócio e os fatos da sua vida que interferiram na criação da empresa. A história de vida foi interessante pra este estudo por que os entrevistados narraram “uma produção dos fatos e de si mesmo como um sujeito social que viveu e revive o fato como o vê; não é exatamente uma apresentação de um ocorrido” (Michel, 2015, p. 69).

Uma das técnicas para coleta de dados escolhida nesta pesquisa foi a entrevista que, de acordo com Michel (2015), é a melhor técnica para avaliar atitudes, condutas, gestos e obter dados que não são encontrados em fontes documentais. Por isso, a entrevista foi pertinente, já que trouxe informações verbais e, principalmente, não verbais que foram essenciais para alcançar os resultados desta pesquisa.

A entrevista foi efetuada de forma semiestruturada, o qual os entrevistados foram submetidos a um roteiro de perguntas (Michel, 2015). Optou-se por realizar a entrevista pessoalmente, pois, de acordo com Vergara (2009), é a forma ideal, já que assim permite ao entrevistador captar informações não verbais como tom de voz, expressões faciais, transpiração, olhares, entre outros. Essas informações não verbais puderam intensificar ou mostrar disparidade entre o que foi verbalizado pelos entrevistados e as informações não verbais. As entrevistas foram realizadas entre março e abril de 2023.

Para a análise dos dados, utilizou-se a estratégia de análise da narrativa. Segundo Bastos e Biar (2015), a análise da narrativa se mostra bastante útil para

analisar falas em diversos contextos e interações sociais por meio de entrevistas ou grupos focais. As narrativas derivadas de entrevistas têm ganhado destaque pelo fato de serem criadas de forma a motivar a narrativa, como foi o caso deste estudo.

As narrativas possibilitam a reconstrução da experiência em outros espaços para contribuir com o conhecimento profissional do leitor. Elas também podem ser vantajosas para o entrevistado, uma vez que o mesmo repense seus atos quando narra suas experiências e, com isso, movimenta emoções e pode construir novos saberes para si, mesmo ainda contribuindo com a pesquisa (Cintra; Correia; Teno, 2020). Por esta razão, esta estratégia de análise foi utilizada nesta pesquisa

Para analisar as narrativas foi utilizada uma estrutura formal citada por Bastos e Biar (2015), dividida em 6 tópicos: a) resumo inicial com o motivo da história ser contada; b) identificar os personagens, suas atividades e o contexto que está inserido; c) começar a contar efetivamente o que aconteceu; d) avaliação do entrevistado, que pode ser externa, quando o narrador conta o fato e seu ponto de vista, ou encaixada, quando cria um viés indicando como o fato deve ser entendido; e) desfecho da história; f) avaliar os efeitos da história em seu presente. Esta literatura serviu para criar as categorias de análise perfil socioeconômico, fatores individuais e fatores interpessoais dos empreendedores, além de guiar o roteiro de entrevista.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção está dividida em três subseções selecionadas de acordo com as categorias analíticas: perfil socioeconômico, fatores individuais e fatores interpessoais dos empreendedores. Na primeira seção será apresentado o perfil socioeconômico dos empreendedores entrevistados; na segunda discutirá as motivações individuais que levaram os entrevistados a abrirem seu próprio negócio e; na terceira subseção serão abordados os fatores interpessoais que motivaram os entrevistados a empreender.

Foram entrevistados 3 empreendedores seniores de Aracaju - SE, os quais as identidades foram preservadas, por isso estão denominados como E1, E2 e E3.

4.1 Perfil Socioeconômico dos Empreendedores

A empreendedora E1, natural de Aracaju - SE, tem 59 anos e é divorciada. Tem nível superior na área de Recursos Humanos e é proprietária de uma loja virtual de crochê em parceria com sua filha. A mesma ainda empreende na informalidade, ou seja, sem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), desde 2018. Apesar de estar há 5 anos no mercado virtual, a principal fonte de renda da empreendedora é sua aposentadoria.

Natural do Rio de Janeiro - RJ e com 70 anos de idade, o empreendedor E2 é casado, mora com sua esposa e é formado em Economia. Sua principal fonte de renda é o salário como servidor público, que atua como professor universitário. É proprietário de uma padaria há 5 meses.

A empreendedora E3 é natural de Capela - SE, tem 56 anos, mora sozinha, é solteira e possui nível superior em História. Sua principal fonte de renda é seu emprego como funcionária pública. A empreendedora atua na informalidade pelo fato de ser funcionária pública, já que esta condição impossibilita a regularização da empresa com CNPJ. Não possui uma loja física, mas está no mercado há cerca de

30 anos no ramo de vestuário, comercializando roupas brasileiras pelas redes sociais, utilizando como diferencial os tecidos africanos.

4.2 Fatores Individuais dos Empreendedores

Para Gonçalves e Pifano (2015) os fatores individuais se expressam em fatores psicológicos e de personalidade, fatores da situação de vida e motivações pessoais. A entrevistada E1 contou que identificou a oportunidade de empreender quando produziu algumas peças de crochê e percebeu que essas peças foram bem aceitas pelos clientes e, com isso, vieram encomendas que fizeram com que sua loja virtual permanecesse no mercado desde 2018. Dessa maneira, a empreendedora descobriu uma nova oportunidade de fonte de renda quando viu que seu artesanato estava sendo aceito pelo mercado.

E1 declarou que sua principal motivação para criar o negócio foi ver as pessoas satisfeitas usando as peças que ela confecciona e a necessidade de se manter ocupada depois da aposentadoria para driblar a sensação de invalidez. Além de motivar a criação da empresa, também trouxe satisfação para continuar com o negócio. Durante a entrevista, E1 relatou que:

O que me dá satisfação não é a venda propriamente em si, é a satisfação de ver as pessoas vestidas nas minhas peças, o prazer das pessoas, como elas elogiam... Eu fico tão satisfeita quando vejo alguém vestida na minha peça que não é nem tanto pelo dinheiro. É claro que o dinheiro ajuda, mas a satisfação pessoal é imensa e indescritível.

A empreendedora E1 ainda relata que não fez curso ou capacitação para a criação da empresa, aprendeu na prática tudo que sabe sobre como gerenciar um negócio. Ela conta que usa bastante o *YouTube* para confecção de peças, porém tem vontade de participar de cursos para ter uma noção sobre gerenciamento do negócio e sanar algumas curiosidades sobre o assunto, apesar de seu foco maior ser na confecção de crochê, já que tem uma filha Administradora para tratar das outras vertentes do negócio.

Recomendações de especialistas apontadas pelo GEM (2020) sugerem que sejam ofertados cursos online gratuitos para indivíduos que desejem iniciar um empreendimento, fato que a E3 menciona na entrevista quando diz que ainda não teve oportunidade de participar de cursos que a ajude a gerenciar sua loja.

De acordo com Menefee (2013), existem fatores de situação de vida que levam o empreendedor sênior a criar seu próprio negócio, como por exemplo, aumentar sua renda na aposentadoria com algo que já fazia antes de aposentar. Essa referência pôde ser vista na empreendedora E1 quando a mesma conta que só começou a ver o crochê como fonte de renda depois da aposentadoria. Vicenz e Bulgavoc (2012) ainda corroboram este relato quando citam que experiências anteriores fortalecem a escolha do produto ou serviço a ser comercializado.

Pode-se inferir que E1 abriu sua empresa por necessidade (sem planejamento e na informalidade) e as motivações vão além do intuito financeiro, chegando ao prazer de ver as pessoas aprovando seus produtos, buscando cada vez mais a auto-realização e o desejo de obter uma renda maior (Gonçalves; Pifano, 2015; Vicenzi; Bulcov, 2013). Tal perspectiva permite compreender o ato de empreender como uma motivação individual, o qual o empreendedor pode escolher

a melhor opção de negócio, ou seja, a que melhor se encaixa em suas características pessoais.

Para o empreendedor E2 a ideia de empreender surgiu quando um colega de trabalho perguntou se o mesmo gostaria de criar uma sociedade com ele, e o entrevistado aceitou a proposta. Ali viu uma oportunidade de realizar o sonho de sua filha, de ter um empreendimento e se tornar empreendedora, apesar de o negócio ser gerenciado pelo seu pai.

O entrevistado conta que o que dá mais satisfação é conversar com as pessoas no dia a dia e perceber a diferença entre teoria e prática em relação ao empreendimento. Além disso, E2 nunca fez curso ou capacitação para gerenciar sua empresa, mas, o curso de Economia que fez o ajudou a entender melhor o negócio.

Essa importância de perceber a diferença entre a teoria e a prática é citada por Oliveira e Barreiro (2020) quando relatam que reproduzir informações não é suficiente para construir conhecimento, é preciso ver essas informações em contextos diferentes. Essa troca entre teoria e prática pode ser feita através de parcerias entre empresas e universidades, buscando relacionar a teoria com os setores produtivo e de serviço (Rosa, *et al.*; 2019). Em virtude dos fatos mencionados, foi possível verificar que E2 foi impulsionado por uma oportunidade de mercado vista na proposta do seu colega de trabalho, assim como apontado por Gonçalves e Pifano (2015) como um fator individual para começar um negócio.

A empreendedora E3 relatou que aprendeu a costurar quando era criança com sua avó, mas só começou a empreender aos 28 anos:

Minha vida inteira sempre fiz minhas roupas. Depois entrei no serviço público, então larguei tudo. Quando completei 28 anos, que engravidei do meu filho mais novo, voltei a costurar porque as pessoas perguntavam quem fazia minhas roupas. Então comecei a conciliar a maternidade, o trabalho e a costura.

Segundo a E3, o fator que a levou a criar um negócio não foi a necessidade, e sim a oportunidade de ter uma renda extra fazendo algo que ela gosta. Ela explicou que, como a empresa não era consolidada no mercado, no início as encomendas surgiam de forma sazonal, como por exemplo, na época de São João que tinham muitas festas juninas próximo de onde ela morava e, com isso, apareciam encomendas de roupas para essas festas.

A E3 produz roupas brasileiras com tecidos africanos, mas explicou que não começou nesse ramo. Já confeccionou lingerie, moda praia e outros estilos de roupas até se encontrar no tecido africano em 2012 quando morava em Brasília. Quando foi perguntado o que dava mais satisfação na sua empresa, a entrevistada sorriu e disse que a reação das pessoas quando gostam das roupas que ela faz, visto que é a motivação principal para empreender. Vicenzi e Bulgacov (2013) citam que um dos principais fatores condicionantes para abrir um negócio é a realização pessoal seguida de oportunidade de mercado. O que reforça a iniciativa da E3 em empreender em um ramo de sucesso no mercado, o qual se sentia realizada.

A entrevistada ainda conta que cursou uma disciplina de Empreendedorismo durante sua graduação em História, então se aprofundou no assunto para ajudar no negócio futuramente.

Sobre o que motivou E3 a criar seu negócio, a empreendedora informou na entrevista que:

Quando eu morava aqui, antes de ir para Brasília, eu tinha muito essa coisa com tecido africano. Pra mim era uma coisa inacessível porque aqui não tinha e eu tinha uma vontade muito grande de pegar nesse tecido. Quando eu viajava, até para Brasília mesmo, encontrar os africanos lá e geralmente eles traziam tecido, eu comprava o tecido e trazia. Então quando eu cheguei em Brasília que eu tive contato com eles novamente e veio a possibilidade de conseguir o tecido africano, não perdi tempo porque a minha pegada aqui é fazer a roupa brasileira com tecido africano porque as pessoas têm sempre essa coisa de roupa africana... elas olham a roupa e falam que é roupa africana e eu tenho que dizer que é roupa brasileira com tecido africano [...] E o que faz meu olho brilhar é a alegria do tecido africano.

Diante disso, pode-se observar que a entrevistada E3 criou seu negócio com o intuito de auto-realização, ou seja, não foi por necessidade de uma renda extra e sim por uma oportunidade vista no mercado. Assim, a auto-realização como uma motivação individual é uma das razões para começar a empreender (Gonçalves; Pifano, 2015).

4.3 Fatores Interpessoais dos Empreendedores Seniores

Entende-se por fatores interpessoais a relação que o empreendedor tem com pessoas que possuem experiência com atividades empreendedoras que possam influenciar na criação de um negócio (Gonçalves; Pifano, 2015). Quanto aos fatores interpessoais, a entrevistada E1 declarou que possui apenas uma pessoa próxima na família que tem uma empresa, mas sempre recebeu apoio de todos. Alguns parentes e amigos compravam, outros elogiavam e outros divulgavam. Isso foi primordial na decisão de abrir a empresa. E1 ainda conta que as maiores dificuldades para criar o negócio foi a falta de matéria-prima pois, na cidade onde mora não chega todos os tipos de linha que a artesã precisa para trabalhar, então ela precisa adaptar as peças com o material que existe no mercado local. Além disso, apesar de ver *lives* sobre o assunto, ela diz que tem muita dificuldade em precificar o seu produto. Ducci e Teixeira (2011) destacam que a estrutura social pode trazer recursos importantes para a criação de um negócio, fato observado no relato da E1 quando a mesma conta que parentes e amigos compravam seus produtos no início da sua loja, de modo a ajudar a alcançar seus objetivos.

Vicenzi e Bulgacov (2013) observam que o profissional aposentado possui uma circunstância que pode acarretar uma atividade empreendedora. Percebeu-se que a entrevistada E1 criou seu negócio a partir de algo que já fazia antes de aposentar, que é o crochê, porém só depois da aposentadoria começou a enxergar como fonte de renda extra.

Para o E2 apesar de não ter parentes empreendedores, tem muitos amigos próximos que possuem empresas há anos, como por exemplo, seu padrinho de casamento que é proprietário de uma taberna e de um bar no Rio de Janeiro - RJ. Quem mais o incentivou para comprar a empresa foi sua esposa e sua filha, a quem dedicou a padaria. Segundo E2, a maior dificuldade foi se adaptar à rotina e ao horário de funcionamento da padaria, já que é muito diferente do seu emprego.

O entrevistado ainda complementou em sua fala acerca da sua visão sobre o empreendedorismo:

Eu não acho que para a gente isso seja um empreendimento. É um empreendimento, mas não é um empreender. Porque empreender é como se fosse uma coisa nova, é criar uma coisa nova. Isso aqui na verdade, a

gente já pegou pronto, a gente está dando continuidade. Está tentando até reerguer.

Alguns autores como Milian (2020) e Miguez e Lezana (2018) fazem essa relação entre o empreendedorismo e a inovação citada por E2. Milian (2020) caracteriza o empreendedorismo como sinônimo de transformação, o qual quem o pratica, mapeia oportunidades num cenário instável de riscos e incertezas. O entrevistado E3 possui um entendimento sobre empreendedorismo com base em Miguez e Lezana (2018), que diz que o empreendedorismo está associado à inovação, a criação de novas formas de uso de recursos e na percepção de oportunidades de mercado. Por fim, Mussalem (2021) ainda acrescenta que as empresas que pretendem permanecer no mercado, precisam adotar uma postura voltada à inovação, sendo a inovação algo novo ou algo que já existe aplicado em novos contextos.

A entrevistada E3 contou que não possui nenhum parente que empreende. Ainda relatou que não houve incentivo de pessoas próximas na criação do seu negócio e sua maior dificuldade foi gerenciar o recurso financeiro pois, precisava tirar do próprio salário para investir na empresa, conforme destacou na entrevista:

Muitas vezes passei sufoco porque não via retorno e ficava com minhas contas atrasadas então, foi a falta de financiamento mesmo. Mas aí tem a questão da minha condição. A condição de servidora pública me impede de participar de algumas coisas, como por exemplo programas do SEBRAE [...] servidor não pode participar, não pode ser MEI só depois que aposentar. Então eu tenho uma série de restrições para o acesso ao financiamento.

Com isso, a E3 relata que, como não teve apoio de nenhum parente ou amigo próximo, estudou sobre educação financeira e conseguiu obter sucesso em seu negócio. Hoje, sua loja já se autofinancia e ainda consegue gerar lucro. Essa dificuldade para obter recursos financeiros citada pela E3 é apontada pelo GEM (2022) como o maior fator limitante para a continuidade de um empreendimento no Brasil.

Apesar de Ducci e Teixeira (2011) destacarem que uma estrutura social e relacionamentos com parentes e amigos próximos são essenciais para ter confiança na criação do negócio, a E3 conseguiu consolidar sua empresa sem nenhum apoio, apenas com características pessoais como a tolerância ao risco, autonomia, criatividade e elevado nível de autocontrole (Gonçalves; Pifano, 2015).

Mendes (2016, p.20) cita que “os empreendedores de sucesso possuem como principais características, a autonomia, autoconfiança, perseverança, otimismo e liderança”, características observadas no relato da E3. De acordo com pesquisas feitas por Bulgacov (2012) apenas 50% dos empreendedores têm influência da família ou de pessoas próximas. Desta forma, pode-se perceber que, apesar de uma estrutura social ser essencial para criar um negócio, isso também é possível apenas por meio de motivações pessoais.

Com isso, foi elaborado um quadro com as categorias analíticas e os relatos dos entrevistados.

Quadro 01 – Principais descobertas

Categorias de análise	Entrevistada 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Perfil socioeconômico dos empreendedores	Mulher de 59 anos, natural de Aracaju-SE que empreende através de uma loja virtual de crochê desde 2018 e sua principal fonte de renda é a aposentadoria.	Homem de 70 anos, natural do Rio de Janeiro-RJ que empreende através de uma padaria há 5 meses e sua principal fonte de renda é o salário como servidor público.	Mulher de 56 anos natural de Capela-SE que comercializa roupas brasileiras com tecido africano há cerca de 30 anos e sua principal fonte de renda é seu emprego como funcionária pública.
Fatores individuais dos empreendedores	-A oportunidade de empreender surgiu quando suas peças de crochê estavam sendo aceitas pelo mercado; -A principal motivação e satisfação no negócio é ver os clientes usando as peças de sua loja; -Precisava se manter ocupada depois da aposentadoria; -Não fez curso ou capacitação que contribuísse para o gerenciamento da loja.	-A ideia de empreender surgiu quando recebeu a proposta de um colega de trabalho para criar uma sociedade; -O que o deixa mais satisfeito é conversar com as pessoas no dia a dia; -Ao gerenciar a padaria percebeu a diferença entre a teoria e a prática em relação ao empreendedorismo.	-Identificou a oportunidade de empreender ao perceber que podia ter uma renda extra fazendo algo que gosta; -Até 2012 costurava roupas temáticas para épocas festivas; -O que te dá mais satisfação é ver a reação das pessoas quando gostam das roupas que ela confecciona.
Fatores interpessoais dos empreendedores	-Possui apenas uma pessoa próxima que tem um negócio mas, recebeu apoio de todos; -Teve dificuldade em encontrar matéria-prima de qualidade e em precificar suas peças.	-Não possui parentes empreendedores, mas tem muitos amigos próximos que empreendem; -A maior dificuldade foi em se adaptar ao horário de funcionamento do negócio; -Contribuiu dizendo que o empreendedorismo está ligado à inovação.	-Não tem parentes e amigos próximos que empreendem; -Não houve incentivo de parentes ou amigos para a criação do negócio; -Sua maior dificuldade foi o recurso financeiro, já que não pôde buscá-lo em bancos por conta da sua condição de servidora pública.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Com este quadro foi possível observar de forma mais dinâmica as principais características dos perfis socioeconômicos e as principais diferenças dos fatores individuais e interpessoais que levaram cada empreendedor entrevistado a abrir seu próprio negócio.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo foi compreender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a criarem seus próprios negócios em Aracaju - SE, a partir da história de vida. Fatores condicionantes como a autorrealização, renda extra e realização de um sonho foram os fatores citados pelos entrevistados. Os achados deste estudo visam estimular as pessoas com mais de 50 anos de idade a empreenderem, além de evidenciar que essa faixa etária carece de visibilidade. Este estudo permitiu também apresentar como o Empreendedorismo Sênior contribui

para o bem-estar dos indivíduos dessa faixa etária, melhorando ainda mais a qualidade de vida. Nesta perspectiva, cabe a criação de políticas públicas por parte de instituições que trabalham com empreendedorismo e se preocupam com essa parcela da população.

Este artigo apresentou a história de vida dos empreendedores seniores por meio do significado da vida, da opinião e perspectiva dessas pessoas em abranger as condições em que elas vivem. Com isso, este estudo contribui teoricamente com conceitos acerca do empreendedorismo sênior que possam ajudar a explicar comportamentos sociais dos empreendedores por meio das entrevistas.

Percebeu-se que não existiu um motivo específico que levou os indivíduos a empreenderem, foi um conjunto de fatores individuais e influências externas. Esse fato pôde ser observado quando se perguntou sobre as motivações para empreender e foi percebido uma pausa e uma breve expressão facial para responder esse questionamento, circunstância observada por meio da metodologia de análise da narrativa.

Com base na história de vida dos entrevistados foi possível analisar quais os fatores que levaram os empreendedores a abrirem seu negócio e como suas características pessoais e apoio de pessoas próximas contribuíram para isso. Foi permitido compreender que a família e pessoas próximas puderam ajudar para que eles pudessem empreender, mas que isso foi possível também apenas com força de vontade e persistência.

Foi observado que os principais obstáculos enfrentados pelos seniores foram a falta de capital para investir na empresa, a dificuldade em se adaptar à nova rotina e a precificação dos produtos. Ao associar as entrevistas com a teoria, ainda foi possível compreender que, apesar de alguns entrevistados possuírem motivações parecidas, cada um soube lidar com a criação do seu negócio da melhor maneira possível, tendo em vista o contexto econômico e social em que estavam inseridos.

Os relatos dos entrevistados deixam evidente que, apesar dos obstáculos, com resiliência e dedicação, é possível fazer com que seus empreendimentos tenham sucesso. A história de vida contribuiu para compreender os motivos que levam os indivíduos com mais de 50 anos a criarem seu próprio negócio, tais como o sonho de ter sua própria empresa e a satisfação de ver seu negócio sendo aceito pela sociedade.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Adelar F.; BAGGIO, Daniel K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v.1, n.1, p.25-38, 2015.
- BASTOS, Líliliana Cabral; BIAR, Liana de Andrade. Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. **DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada**, v. 31, p. 97-126, 2015.
- BRÁS, Gonçalo. O empreendedorismo e suas determinantes: oportunidade ou necessidade? **Revista Gestão e Desenvolvimento**. n. 21, p. 101-121, 2013.
- CINTRA, Sones Lei Aparecida Domingues; CORREIA, Léia Bernal Sanches; TENO, Neide Araújo Castilho. Pesquisa narrativa: Uma metodologia para compreender experiências formativas. **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v. 6, n. 9, p. 66451-66463, setembro de 2020.
- COSTA, Ramon Bezerra; ROCHA, Larissa Leda Fonseca. As contribuições da economia da confiança para o empreendedorismo a partir das tecnologias digitais de comunicação. **Organicom**, v. 16, n. 31, p. 122-133, 2019.

DUCCI, Norma Pimenta Cirilo; TEIXEIRA, Rivanda Meira. As redes sociais dos empreendedores na formação do capital social: um estudo de casos múltiplos em municípios do norte pioneiro no estado do Paraná. **Cadernos Ebape**. BR, v. 9, n. 4, Rio de Janeiro, p. 967-997, dez. 2011.

Em 2017, expectativa de vida era de 76 anos. **Agência IBGE Notícias**, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23200-em-2017-expectativa-de-vida-era-de-76-anos>>. Acesso em 16 ago. 2022.

GESSER, Hubert Chamone. **Expectativa de vida no Brasil: A geração de modelos explicativos por regressão linear múltipla**. 2005. Tese (Doutorado) - Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

GEM - **Global Entrepreneurship Monitor 2019** - Empreendedorismo no Brasil.

_____ - **Global Entrepreneurship Monitor 2021** - Empreendedorismo no Brasil.

_____ - **Global Entrepreneurship Monitor 2022** - Empreendedorismo no Brasil.

GOMES, Almiralva Ferraz. Empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **REA: Revista Eletrônica de Administração**. v. 4, n. 2, 2011.

GONÇALVES, Vasco; PIFANO, Mafalda. **Idade e Empreendedorismo: uma revisão da literatura**. Jun. 2015.

GUTTERMAN, Alan. Senior Entrepreneurship. **Available at SSRN 4196094**, 2022.

HISRICH, Robert D.; PETER, Michael P. (2004). Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.

IBGE. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica. 2023.

LIMA, J. C. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? **Sociologias**. n. 25, p. 158-198, 2010.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓFILO, Carlos Renato. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. **São Paulo: Atlas**, v. 2, n. 104-119, p. 25, 2009.

MENDES, Mayara dos Santos Alves. **Empreendedorismo na Terceira Idade**. Dissertação (Pós-Graduação em Economia Doméstica) - Universidade Federal de Viçosa, MG, 2016.

MENEFEE, Michael; SPILLAN; Jonh E. They Might be Older But They Are Not Afraid of the World of Entrepreneurship: Seniors Have Begun To See the Opportunities of Being Their Own Boss. *In: United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings*. United States Association for Small Business and Entrepreneurship, New Orleans, LA, 2013, p. 186.

MICHEL, Maria Helena. Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3 ed. **São Paulo: Atlas**, 2015.

MIGUEZ, Viviane Brandão; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 2, p. 112-132, 2018.

MILIAN, Guilherme Amelio. Empreendedorismo e Inovação: Perspectivas, Estratégias e Conceitos. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 5, n. 4, p. 116-131, 2020.

MUSSALEM, Mila Bittar. **Empreendedorismo e inovação como resposta à pandemia da covid-19: estudo de caso uma empresa de base tecnológica**. 2021. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021.

NIWA, Luciana Mitsue Sakano; ESTEVES, Larissa Sapucaia F.; DAMACENO, Daniela Garcia; ESTRADA; Sergio Wether Duque; CIOSAK, Suely Itsuko. Inovação, empreendedorismo e economia prateada na pandemia da covid-19: novos rumos do mercado. In: Santana RF (Org.). **Enfermagem gerontológica no cuidado do idoso em tempos da COVID 19**. Brasília, DF: Editora ABEn; 2021. p. 49-55.

OLIVEIRA, Mateus Ávila de; BARREIRO, Cristhianny Bento. Inovações nas Práticas Pedagógicas de Gestão e Empreendedorismo: uma ponte da teoria para prática. **RELACult - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, v. 6, 2020.

ORELLANA, Vívian dos Santos Queiroz; VIAN, Guilherme Antonio. Os Determinantes do Empreendedorismo entre Idosos Brasileiros: evidências empíricas a partir dos dados das PNADs de 2003 e 2013. In: Mostra da Produção Universitária - MPU, 2016, Rio Grande. **Anais [...] MPU 2016**. Congresso de Iniciação Científica, 2016.

PEREIRA, Taciara Magley da Fonseca; VASCONCELOS, César Ricardo Maia de. Perfil do empreendedorismo inicial e estabelecido e suas motivações. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 8, p. 1-13, jul. 2021.

ROSA, Adriano Carlos Moraes; ROSA, Any Moraes; SILVA, Elton Orris Marinho da; CORREA, Fulvia Carolina Alves; GATTO; Vanessa Cristhina. Teorias e práticas relacionadas ao empreendedorismo e inovação no cps: projetos dessa natureza que envolvem pessoas, instituições de ensino e empresas em um levantamento teórico-prático. **Brazilian Journal of Business**, v. 1, n. 4, p. 1629-1643, 2019.

SANTOS, Michele Silva dos; SANTOS, Dayana Mayara dos; SILVA, Paulo Roberto Cesar da; OLIVEIRA, Rebeka Melo de; ABICHT, Alexandre de Melo; CEOLIN, Alessandra Carla. Empreendedorismo sênior no Brasil: uma análise do perfil do empreendedor. **Peer Review**, v. 5, n. 3, p. 1-18, 2023.

SCHMITZ, Ana; LAPOLLI, Edia; BERNARDES, Francisco. Estimular o Empreendedorismo na Terceira Idade. **Extensio: Revista Eletrônica De Extensão**, SC, v. 8, n. 12, p. 109-121, dez. 2011.

SEBRAE. Perfil dos empreendedores da terceira idade no Brasil. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/perfil-dos-empreendedores-da-terceira-idade-no-brasil,9158c34f96306810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 11 ago. 2023.

SIQUEIRA, João Paulo Lara de; ROCHA, Joyce Silva Leal; TELLES, Renato. Microempreendedorismo: formalidade ou informalidade. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, XVI, São Paulo. **Anais...** São Paulo-SP: SEMEAD, 2013.

STRAUSS, Anselm L. CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Artmed, 2008.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, SP, v. 3, n. 3, p. 03-30, 2015. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 14 ago. 2023.

VERGARA, Sylvia Constant. **Método de Coleta de Dados no Campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

VICENZI, Siomara Elias; BULGACOV, Sergio. “Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas”. **Revista de Ciências da Administração**. v. 15, n. 35, p. 208-221, abr. 2013.

YIN, Robert K. **Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.
ZANATTA, Bianca; Empresas se voltam ao profissional 50+. **O Estado de S. Paulo**,
São Paulo, 21 ago. 2022. Economia & Negócios, p. B1 a B16.