

Pedro Santos Gosler

Fundados na pandemia de COVID-19: novos empreendedores do Estado de Rondônia

Uberlândia

2021

Pedro Santos Gosler

Fundados na pandemia de COVID-19: novos empreendedores do Estado de Rondônia

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao instituto de psicologia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do Título de Bacharel em psicologia.

Orientadora: Profa. Dra. Heila Magali da Silva Veiga

Uberlândia

2021

Pedro Santos Gosler

Fundados na pandemia de COVID-19: novos empreendedores do Estado de Rondônia

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao instituto de psicologia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do Título de Bacharel em psicologia.

Orientadora: Profa. Dra. Heila Magali da Silva Veiga

Banca Examinadora

Profa. Dra. Heila Magali da Silva Veiga (Orientadora)
Universidade Federal de Uberlândia, MG

Profa. Dra. Ligia Carolina Oliveira Silva (Examinadora)
Universidade Federal de Uberlândia, MG

Profa. Dra. Pricila de Sousa Zarife (Examinadora)
Universidade Federal de Uberlândia, MG

Uberlândia

2021

RESUMO

O empreendedorismo se configura em importante fonte de geração de renda, especialmente, em cenários de crise ele se mostra impulsionador do crescimento econômico. A pandemia do COVID-19 é uma crise que provocou o desaceleramento das atividades industriais e comerciais em virtude das medidas protetivas. O empreendedorismo é um fenômeno complexo que pode ser estudado em diferentes níveis e abordagens, no presente trabalho o foco está na motivação para empreender, sendo o objetivo central do trabalho compreender as motivações para empreender de trabalhadores do Estado de Rondônia durante a pandemia de Sars-CoV-2 (COVID-19). Este estudo se trata de uma pesquisa qualitativa, com entrevistas baseadas em um roteiro semiestruturado. Foi utilizada amostra de conveniência de 6 participantes que atuavam em diversos segmentos. A partir das falas dos participantes as motivações para empreender foram classificadas em: apoio de terceiros; desenvolvimento pessoal; unir pessoas; autonomia; oportunidade; financeira; altruísmo; interesses pessoais e conhecimentos e experiências passadas. Os achados permitem discutir que os empreendedores no estado de Rondônia foram motivados a iniciar um negócio em meio a pandemia por fatores distintos e inter-relacionados, sendo a necessidade de fontes de renda alternativas uma das mais citadas. Todos os achados são cotejados com a literatura acadêmica.

Palavras-chave: Empreendedores; motivação para empreender; Rondônia; COVID-19.

ABSTRACT

Entrepreneurship is an important source of income generation, especially in crisis scenarios it proves to be a driver of economic growth. The COVID-19 pandemic is a crisis that has caused industrial and commercial activities to slow down due to protective measures. entrepreneurship is a complex phenomenon that can be studied at different levels and approaches, in the present work the focus is on the motivation for entrepreneurship, the central objective of the work being to understand the motivations for entrepreneurship of workers from the State of Rondônia during the Sars-CoV-2 pandemic (COVID-19). This study is a qualitative research, with interviews based on a semi-structured script. A convenience sample of 6 participants who worked in different segments was used. Based on the speeches of the participants, the motivations for undertaking were classified as: support from third parties; personal development; bring people together; autonomy; opportunity; financial; altruism; personal interests and past knowledge and experience. The findings allow us to argue that entrepreneurs in the state of Rondônia were motivated to start a business in the midst of a pandemic due to different and interrelated factors, with the need for alternative sources of income being one of the most cited. All findings are compared with the academic literature.

Keywords: Entrepreneurs; motivation to undertake; Rondônia; COVID-19.

Sumário

Introdução.....	6
Referencial teórico.....	7
Método.....	13
Resultados.....	15
Discussão.....	17
Considerações finais.....	20
Referências.....	21

Introdução

O empreendedorismo é considerado um propulsor da economia mesmo em momentos de crise econômica (Fialho, Wagner, Nunes, & Gai, 2018; Roldão, Morte-Mor, & Tardin, 2018). O processo de empreender é complexo e envolve uma gama de aspectos que abrangem o indivíduo, passa pelo ambiente e se liga diretamente a análises de viabilidade e riscos, questões jurídicas e obtenção de crédito, entre outros (Pereira & Verri, 2014). No concernente ao aspecto individual, uma variável que desperta o interesse de acadêmicos e profissionais é a motivação para empreender, a qual investiga os aspectos que levam as pessoas a empreenderem (Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016; Galvão & Pinheiro, 2016)

Para ampliar a compreensão acerca da motivação para empreender deve-se considerar o contexto econômico no qual aquele que tentará empreender está inserido. Empreendedores por oportunidade são aqueles que iniciam uma atividade comercial por opção ao se depararem com um projeto inovador, pela identificação de uma oportunidade no mercado. Já empreendedores por necessidade são pessoas que graças ao desemprego, instabilidade econômica ou outros fatores se veem obrigadas a abrir o próprio negócio para sobreviver (Assunção, Queiroz, & Costa, 2017).

Além do cenário econômico, um evento de grande monta é apresentado aos trabalhadores de todo o mundo no ano de 2020. Em março, daquele ano, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de coronavírus, reforçando a alerta para que fosse realizado um isolamento social para frear o avanço da COVID-19 (UNA-SUS, 2020). Graças às medidas de prevenção necessárias as atividades comerciais foram prejudicadas graças a redução da circulação de clientes e dificuldades financeiras enfrentadas por muitos. Esses fatores somados já mostram um desempenho negativo no faturamento de diversos setores comerciais e industriais, não restando às vezes outra opção a não ser a demissão de trabalhadores, exigindo que a população busque outras alternativas para suprir suas

necessidades básicas, como iniciar atividades por conta própria (CNI, 2020). Dentre as crises econômicas, a decorrente da nova pandemia do COVID-19, é um marco sem precedentes, com repercussões perceptivas na economia mundial (Gama Neto, 2020). Essa crise na saúde e na economia culminou no aumento do índice de desempregados e dificuldades financeiras principalmente para populações mais pobres e vulneráveis (Costa, 2020).

Ademais, há grande desigualdade na produção científica do país, e os estados da região Norte são, historicamente, esquecidos pelos estudiosos brasileiros (Barros, 2000; Sidone, Haddad, Mena-Chalco, 2016). Segundo aponta Fernandes, D’Avila, Cruz e Pereira Junior (2019) o estado Rondônia aparece entre os que menos realizaram estudos relacionados ao perfil e definição dos empreendedores. Assim, considerando o contexto, o presente estudo teve como objetivo compreender as motivações para empreender de trabalhadores do Estado de Rondônia durante a pandemia de Sars-CoV-2.

Referencial teórico

Empreendedorismo

Richard Cantillon, economista irlandês, foi o primeiro a se referir a palavra empreendedor como aqueles indivíduos que assumiam riscos (Baggio & Baggio, 2014). Knight (1921) diferencia o empreendedor por suas habilidades para lidar com as incertezas futuras. Schumpeter (1982) usa o termo “destruição criadora” para definir o movimento que integra introdução de inovações ao sistema econômico, cabendo ao empreendedor o papel unir o ganho econômico à novas combinações para velhos problemas, tornando-os ultrapassados. É através de Schumpeter que a Teoria do Desenvolvimento Econômico toma forma, dando ao empreendedor o papel de agente econômico que através da inovação movimento o capitalismo, portanto deve estar sempre atento às variações e novas possibilidades que o mercado oferece, sendo esta a maior habilidade de quem possui espírito empreendedor (Vale, Correia, & Reis, 2014).

Por outro lado, o enfoque comportamental tem como destaque McClelland (1961) e a atenção voltada para o nível individual ao se debruçar sobre as motivações e características que fazem de uma pessoa empreendedora. Ao analisar as ideias desse autor, Vale, Correia e Reis (2014) destacam que os aspectos centrais são os desejos e necessidades inerentes ao ser humano de autorrealização, planejamento, inovação e poder na tentativa de se definir qual seriam as características e perfis de um empreendedor. Neste trabalho será adotada a definição de empreendedor como aquele que cria um negócio, seja a comercialização de um bem material ou a oferta de serviços, sendo motivado, na maioria das vezes, pelo sentimento de auto realização e busca por independência ou para garantir a sua sobrevivência.

Ao tratar do empreendedorismo é importante distinguir entre empreender por oportunidade e necessidade. Empreender por oportunidade está ligado ao desejo do indivíduo em abrir seu próprio negócio como fonte de renda alternativa mesmo possuindo outras opções para tal, perceber um possível mercado e explorar/preencher essa lacuna. Por outro lado o empreendedor por necessidade recorre ao negócio próprio por ser a única forma de garantir sua sobrevivência no momento. Esses tipos de empreendimentos são recorrentes em países em desenvolvimento, marcados por altas taxas de desemprego e instabilidade econômica. Uma vez que esses conceitos representam, na prática, situações completamente distintas é necessário analisá-los com cautela antes de afirmar que um país com maior número de empreendedores equivale a um país com maior grau de desenvolvimento (Vale, et al., 2014). Segundo Okano e Fernandes (2017), as práticas empreendedoras são mais comuns em momentos onde crises econômicas se instalam, principalmente graças ao desemprego que costuma acompanhá-las. A Tabela 1 apresenta uma síntese das principais características e motivações envolvendo os empreendedores por oportunidade e por necessidade.

Tabela 1. Empreendedorismos: Oportunidade X Necessidade

Empreendedorismo por oportunidade	Empreendedorismo por necessidade
Nasce da visão de um mercado em potencial a ser explorado;	Desemprego ou oportunidades abaixo do esperado na área de atuação;
Planejamento e projeto de lucros futuros;	Normalmente nasce na informalidade;
Contribui com o desenvolvimento econômico;	Normalmente o empreendedor não possui conhecimentos técnicos;
Outras possibilidades de renda.	Única fonte de renda para garantir sua sobrevivência.
Motivação por oportunidade	Motivação por necessidade
Visão de um nicho comercial a ser explorado;	Condição financeira, normalmente, fragilizada;
Possibilidade de gerar lucros;	Falta de opções para renda familiar;
Fazer algo que seja útil à sociedade.	Insatisfação com o emprego atual.

Fonte: elaborada pelos autores

As próprias definições dos conceitos de empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade sofrem alterações a depender do autor. De acordo com Havreluck, Leal, Bertolazo e Delben (2016) empreendedores por oportunidade são indivíduos visionários que enxergam potencial em algo que ainda não existe no mercado, abrindo um nicho vago no universo comercial. Já para Hisrich, Peters e Shepherd (2014) o empreendedor por oportunidade está relacionado ao potencial do empreendimento ser bem sucedido comercialmente e gerar lucros para os proprietários. Por outro lado, Bulgacov et al. (2011) acrescentam à visão de empreendedorismo por oportunidade como um processo que envolve consciência, escolha e proatividade, motivado por algo que possa trazer benefícios e ser útil a sociedade. Assim como o empreendedorismo por oportunidade os empreendimentos por necessidade podem ser caracterizado de diversas maneiras. Empreendedor por necessidade pode ser associado a insatisfação com suas atuais possibilidades de renda e baixa criatividade do nicho a ser explorado (Gezer & Cardoso, 2015). Partindo de outra perspectiva os autores Lüdke e Bugs (2017), falam do empreendedor por necessidade como aqueles que não tem um planejamento

bem desenvolvido e que normalmente atuam na informalidade. Características influenciadas, geralmente, pela condição financeira fragilizada que esses indivíduos estão enfrentando.

Para ampliar a compreensão acerca das motivações para empreender é importante discutir o modo como as crises econômicas podem afetar essa variável. Historicamente, a sociedade tende a reestruturar a maneira como se relaciona com o universo do trabalho e de acúmulo de riquezas ao enfrentar crises sociais, econômicas ou até mesmo ambientais (Parente, Costa, Santos, & Chaves, 2011). A motivação para empreender tem se destacado nos últimos anos como uma alternativa frente à realidade econômica que o país vem enfrentando ao longo de sua trajetória (Okano & Fernandes, 2017). O Brasil é um país marcado por diversos momentos de instabilidade econômica e enfrentando um dos maiores índices de desigualdade social já registrados (PNUD, 2019). Somado a essas questões ainda existe a questão do desemprego, que apresenta níveis cada vez mais alarmantes, atingindo o patamar de 12,6 milhões de desempregados em 2019 segundo censo do IBGE.

O histórico de prosperidades econômicas seguidas de retrações catastróficas acompanha os brasileiros há tempos. O famoso “Milagre econômico” que se deu entre os anos de 1968 à 1973, período em que o país vivia em regime de ditadura militar, foi um dos últimos fracassos marcantes na busca em alavancar a economia brasileira, culminando em grandes endividamentos externos e altas inflacionárias (Pinho, 2020). Outras grandes crises mundiais e locais assolaram o país, como a crise internacional de 2008, marcada pela fuga de investidores internacionais e retração do mercado de crédito, e o período de 2014 e 2016 onde o país sofria com incertezas políticas e viu os investimentos em queda, baixa arrecadação, aumento de preços e da taxa de desemprego (Rossi, Sobrinho, Chaves, & Martelli, 2019).

Os brasileiros aparecem na lista da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) como um dos povos mais empreendedores do mundo, no entanto esses índices também apontam que grande parte dos empreendimentos nasce da necessidade da população em suprir suas

necessidades básicas e não por opção, empreendimentos por necessidade (Roldão, et al., 2018). O empreendedor por necessidade normalmente atua na informalidade e possui um pensamento voltado para o curto prazo, não tendo intenção de transformar seu negócio em sua principal fonte de renda. Nesse cenário em que grande parte das novas empresas não nascem regulamentadas abre margem para a subnotificação na hora de quantificar e criar um banco de dados dos empreendedores nacionais, dificultando a discussão de políticas públicas voltadas para a atividade empreendedora além disparar o número de cidadãos atuando em empregos informais e sem garantias trabalhistas (Parente, Costa, Santos, & Chaves, 2011; Júnior, Andreassi, & Nassif, 2017). Números do último censo constatam que o índice de pessoas trabalhando na informalidade é de 38,4 milhões de brasileiros (IBGE, 2019).

COVID-19 e o Estado de Rondônia

O coronavírus faz parte de uma grande família de vírus que afetam humanos e animais, desenvolvendo sintomas de infecções respiratórias nos humanos. Os sintomas apresentados podem variar, indo de uma gripe comum à sintomas mais graves, como a Síndrome respiratória aguda grave (SARS) (Jiang, Deng, Zhang, Cai, Cheung & Xia, 2020). A COVID-19 é causada pelo SARS-CoV-2, com os primeiros casos registrados em Wuhan, China, em dezembro de 2019 e que adquiriu proporções mundiais, tendo a OMS declarado estado de pandemia em março de 2020 (OMS, 2020).

Além da ameaça à vida de milhares de pessoas a pandemia do COVID-19 trouxe impactos significativos a economia mundial, gerados pelo desaceleramento das atividades industriais e comerciais em virtude das medidas protetivas. Esse ritmo mais lento da economia mundial trouxe consigo dificuldades à maior parte da população diminuição do poder de compra, além do aumento da inadimplência (Aguiar & Xavier, 2020).

Rondônia integra um dos 7 estados da região Norte, com área territorial, aproximada, de 237.765,347 km² e uma população estimada de 1.796.460 pessoas (6,58 hab/km²), segundos

dados do IBGE (2020). O desenvolvimento da pandemia de COVID-19 no estado aponta um total de 238.112 casos confirmados e 5.916 óbitos até junho de 2021, segundo dados da Agência Estadual de Vigilância em Saúde de Rondônia (AGEVISA-RO, 2021). Atualmente a economia do estado é a terceira maior da região Norte, com um PIB estimado em R\$ 40 bilhões (SECOM-RO, 2020). Os principais pilares são a agricultura, pecuária, extrativismo vegetal e mineral, sendo a pecuária bovina o principal produto de exportação do estado e responsável pelo crescimento do PIB (Silva, 2017).

Com a pandemia os segmentos mais afetados foram o comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios; os de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, minimercados, mercearias e outros. Apesar das dificuldades enfrentadas o balanço da Junta Comercial do Estado de Rondônia (JUCER) identifica o crescimento no número de novas empresas registradas. Considerando o contexto da pandemia o governo do estado tem buscado medidas para desburocratizar, como digitalização dos processos, e incentivar as atividades de micro e pequenas empresas, Programa de Apoio às Micros e Pequenas Empresas e Empreendedores de Pequenos Negócios do Estado de Rondônia (Proampe), programa da Superintendência Estadual de Desenvolvimento Econômico e Infraestrutura (SEDI) que prevê medidas para estimular as atividades econômicas e competitividade em todo o estado através da concessão de crédito, juntamente com treinos de capacitação e assistência técnica aos tomadores (JUCER-RO, 2020 & SEDI-RO, 2021).

Método

Amostra

Foi utilizada amostra de conveniência de 6 empreendedores com idade de 23 anos a 43 anos de idade dos mais diversos segmentos como ilustra a Tabela 2. A tabela abaixo contém dados relacionados ao histórico, tanto pessoal quanto profissional, dos empreendedores entrevistados e uma breve ilustração dos empreendimentos que fundaram. Para preservar a identidade dos participantes todos os nomes citados são fictícios, conforme é previsto no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado pelos participantes.

Tabela 2. Descrição da amostra

Nome fictício	Histórico pessoal	Histórico profissional	Negócio criado/Início
Márcia	43 anos, casada, mãe de 2 filhos	Pedagoga, do ensino básico ao superior	Preparo e delivery de comida árabe. Início: 04/2020
João	27 anos, casado, sem filhos	Administrador com experiência no setor de vestuário	Loja de joias e semijoias. Início: 06/2020
Fernando	23 anos, solteiro, sem filhos	Engenheiro da computação, nunca atuou na área	Franquia de produtos de limpeza. Início: 01/2020
Renata	23 anos, solteira, sem filhos	Educadora física, com experiência com idosos	Correção de artigos universitários. Início: 04/2020
Joana	23 anos, solteira, sem filhos	Graduanda de psicologia, trabalhos como freelancer	Confecção e venda de máscaras. Início: 04/2020
Paula	28 anos, casada, sem filhos	Administradora em instituição financeira	Revenda produtos de moda íntima. Início: 04/2020

Instrumento de coleta de dados

Para coleta dos dados do estudo foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado com algumas perguntas norteadoras, tais como: (a) Conte um pouco sobre seu empreendimento. Como surgiu a ideia?; (b) Qual sua definição de “ser empreendedor”?; ©

Quais motivações fizeram com que buscasse empreender em meio a pandemia?; (d) Quais pontos positivos você consegue destacar em empreender em meio a pandemia de COVID-19?; (e) Quais suas maiores preocupações em ter iniciado um empreendimento nesse momento?; (f) Você pensa em se manter na atividade a qual está se dedicando no momento após o fim da pandemia ?; (g) Como você avalia os efeitos da pandemia nas atividades econômicas?.

Procedimento de coleta e análise de dados

Primeiramente, o projeto de pesquisa foi submetido a um comitê de ética em pesquisa com seres humanos e, após a emissão do parecer consubstanciado de aprovação a pesquisa teve início (CAAE: 33541520.4.0000.5152). A equipe de pesquisa entrou em contato com sua rede de contatos e apresentou os objetivos do estudo, aqueles que concordaram em participar e preencheram o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), agendaram as entrevistas em dia e horário conveniente. As entrevistas foram realizadas remotamente, gravadas e depois, transcritas. Para análise das entrevistas, foram seguidas as orientações de Bardin (2011). A análise de conteúdo proposta pela autora consiste em seguir um roteiro sistematizado com as seguintes etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Resultados

Tabela 3. Categorias motivacionais

Categoria	Definição	Exemplos de fala	F. A	F. S
Unir pessoas	Reunir e estreitar laços familiares e com amigos	“Envolver os filhos no projeto...a gente tem uma linha de produção e cada sabe o que fazer” Márcia “A gente sabe dividir o lado familiar do lado empresarial...o que é empresarial fica na empresa e o que é familiar fica na família, para evitar conflitos” Fernando	4	2
Conhecimentos e Experiências passadas	Conhecimentos e aprendizagens que a pessoa adquiriu com experiências empreendedoras anteriores	“Eu diria que a gente sai (curso de administração) um pouco mais preparado que a média para análise de matemática, estatística e mercado” João “Eu tenho uma trajetória de trabalho muito grande...e foram pontos que aprendi e hoje consigo aplicar, consigo alinhar minha prática com minha teoria” Paula	5	2
Autonomia	Independência na tomada de decisões em relação ao trabalho	“Agora estou aí querendo ser uma empreendedora, querendo não, já sou. Consegui realizar meu sonho” Paula “É um trabalho próprio, a melhor coisa que tem é você ter um trabalho próprio” Renata “Quando eu tentei ser empregada não me deram oportunidade de ser uma boa empregada, então para que eu vou ficar tentando ser empregada se eu posso ter meu próprio negócio?” Renata	5	3
Desenvolvimento pessoal	Buscar aprimorar ou desenvolver alguma habilidade ou qualidade pessoal	“A gente está ali aprendendo né, adquirindo experiência” Fernando “Eu acho que, primeiro foi uma possibilidade de fazer algo novo, diferente do que eu tô acostumada a fazer” Márcia “Pela questão do novo, querendo ou não você se vê numa situação bem desanimadora...e em meio a tudo isso você descobrir algo novo é uma sensação bacana” Joana	12	3
Oportunidade	Fatores externos que impulsionaram o empreendimento	“Até então a gente já tem uma empresa... e surgiu a oportunidade dessa franquia através de um representante e nós achamos que era uma boa ideia, com potencial” Fernando “Para mim que estava sentado esperando alguma coisa acontecer, falei: a gente tá em um momento legal agora para entrar no mercado e ver como ele vai reagir” João “Fiz um pedido de algumas peças e resolvi vender algumas que não serviram para não perder o dinheiro” Paula	5	4

Categoria	Definição	Exemplos de fala	F. A	F. S
Altruísmo	Desejo de fazer algo pelo próximo	<p>“A gente teve bastante oportunidades de empregos, podemos citar como ponto positivo que gerou bastante emprego” Fernando</p> <p>“Não acho justo cobrar valores muito altos...às vezes a pessoa entrega um trabalho mal formatado por não ter condições e eu fico triste porque isso não colabora para nossa rede de conhecimento, é bom ajudar” Renata</p> <p>“É a questão de isso surgir como uma necessidade para população...e o acesso ter ficado caro...você saber que tomava todos os cuidados possíveis” Joana</p> <p>“Fazer um agrado, para a pessoa do outro lado entender que é especial para a gente” Márcia</p>	9	4
Interesses pessoais	Hobbies e sonhos que a pessoa já possuía dentro de si	<p>“Eu gosto de cozinhar, que é uma coisa que aprendi depois de ser mãe, depois de estar casada e hoje em dia eu cozinho relativamente bem” Márcia</p> <p>“O trabalho tem um sentido muito grande. Quando você trabalha e de repente não tem mais nada pra fazer...interfere um pouco no seu dia a dia” Joana</p> <p>“Fui mais motivada por oferecer aulas de metodologia para enriquecer demanda de pessoas que me conhecem para eu conseguir uma bolsa de mestrado” Renata</p>	8	6
Financeira	Busca por fontes de renda alternativas	<p>“Por que você não aprende para fazer para você? Porque eu também fiquei sem a renda né, sem trabalho” Joana</p> <p>“Motivo dinheiro é claro, o motivo é sempre uma “verbinha” extra e eu não tá mais dando aulas de natação e hidroginástica” Renata</p> <p>“Possibilidade de uma renda diferente, é um dinheiro que a gente fez um acordo de não usar para nada, é um dinheiro que é nosso” Márcia</p> <p>“É algo, também, para o longo prazo, para ter fonte de renda para a família, se tornar patrimônio” Paula</p>	10	6
Apoio de terceiros	Contar com a ajuda direta ou indiretamente de pessoas próximas	<p>“A minha mãe costura...a princípio ela surgiu com a ideia de começar a costurar. E eu passei a aprender e ela me ajudava, ajuda até hoje” Joana</p> <p>“Eu e M., que é minha esposa, a gente tava começando a empresa e a gente é, tanto eu quanto ela, somos o braço financeiro e analítico da empresa” João</p> <p>“Chamei minha amiga para vender para mim, porque eu trabalho e não posso, daí começamos a dar forma para a loja” Paula</p>	11	6

Legenda: F. A. = Frequência absoluta (Nº de citações da categoria em todas as entrevistas);
F. S. = Frequência simples (Nº entrevistas em que categoria foi citada).

A partir da análise das entrevistas e relações algumas categorias já citadas em outros estudos (Fonseca, 2019; Lopes Filho, 2018; Rocha, 2018; Ribas, 2011; Martins, Veiga, & Cortez, 2020 & Silva, 2017) foram criadas 9 categorias para descrever as motivações para empreender, são elas: apoio de terceiros, desenvolvimento pessoal, unir pessoas, autonomia, oportunidade, financeira, altruísmo, interesses pessoais e conhecimentos e experiências passadas. Essas 9 categorias podem ser compiladas em 3 categorias de primeira ordem: Carreira (Autonomia, Financeira, Oportunidade, Conhecimentos e experiências passadas), Cuidado com o outro (Apoio de terceiros, Unir pessoas e Altruísmo) e Cuidado pessoal (Desenvolvimento pessoal e Interesses pessoais).

Como se observa na Tabela 3, as categorias mais citadas foram: Apoio de terceiros (FS=6); financeiro (FS=6) e interesses pessoais (FS=6) as quais dizem respeito, respectivamente, a ajuda, direta ou indireta, de pessoas próximas no lançamento ou manutenção do empreendimento; necessidade de fontes de renda diversas e hobbies ou interesses pessoais que já existentes. Em seguida, tem-se as categorias: Oportunidade, relacionada a fatores externos que favoreceram a abertura do empreendimento e altruísmo, que é descrita como um desejo de ajudar o próximo.

Discussão

“Unir pessoas” foi uma categoria que pouco citada pelos participantes (FS=2) e tampouco é observada nos estudos prévios aos quais se teve acesso. Porém um dos grandes motivadores humanos para empreender está relacionado ao desejo de suprir algumas necessidades psicológicas básicas, entre elas a interação social (Fonseca, 2019). Partindo dessa ideia pode-se estipular que em decorrência ao contexto de pandemia e isolamento social a necessidade de se sentir mais próximo de familiares e amigos tenha sido um fator considerado, por alguns, na hora de empreender. “Conhecimentos e experiências passadas” também foi uma categoria pouco citada (FS=2), contradizendo estudos da área que destacam a importância

desse fator para muitos dos empreendedores, já que a partir dessas experiências foram capazes de adquirir conhecimentos úteis para futuros empreendimentos (Fonseca, 2019). Ainda relacionado a experiências prévias das pessoas, Silva (2018) cita como o histórico empreendedor na família e o contato com esses empreendimentos são fatores incentivadores da ação empreendedora.

A categoria “Autonomia” (FS=3), contraria achados de outros autores que descrevem a questão da independência na tomada de decisões em relação ao próprio trabalho e ser seu próprio “chefe” como potencial motivacional para novos empreendedores. A independência no próprio empreendimento também está relacionada a necessidade de autorrealização dos seres humanos, conceito relacionado a teoria de McClelland (Bandeira, Amorim & Oliveira, 2020; Fonseca, 2019; Loiola, et al., 2016; Rocha, 2018). “Desenvolvimento pessoal” apesar de ter sido citada por metade dos entrevistados (FS=3) é aquela com maior frequência absoluta (FA=12), observa-se que esse aspecto é mobilizador para os participantes do estudo. Questões como desenvolvimento de habilidades antes desconhecidas, percepção de crescimento pessoal (autoestima, conhecimento, confiança, superação, entre outros) também são tópicos que aparecem no estudo de Carreira, Franzoni, Esper, Pacheco, Gramkow e Carreira (2015), que ao estudarem perfis de empreendedoras femininas encontraram questões similares, como: percepção de superação de obstáculos, autoconfiança, satisfação de realizar algo com sucesso.

Já a categoria “Oportunidade” tem um destaque relevante (FS=4), envolvendo fatores e/ou percepções do mundo externo ao indivíduo empreendedor que enxergou uma possibilidade de lucro ou sanar necessidades existentes (Lopes Filho, 2018). É uma categoria que requer um elevado grau de percepção por parte do empreendedor e em certos casos conhecimentos técnicos ou experiências passadas para colocar em prática as ações propostas (Braga, 2013; Vicenzi & Bulgacov, 2012; Silva, 2018; Silva, 2017). “Altruísmo” (FS=4) aparece como um fator que impulsionou o desejo de abrir um negócio próprio, esse fator condiz

com o que descrito por Lopes Filho (2018) que relaciona o universo empreendedor com uma maior participação dos empreendedores em atividades sociais. Para essas pessoas o crescimento econômico faz sentido quando acompanhado da transmissão de valores e promoção do bem estar social.

Outra categoria relevante é a do “Interesse pessoal” (FS=6), relacionando os empreendimentos com sonhos e hobbies próprios desses empreendedores. Novamente a autorrealização está intimamente relacionada, tanto pelo desenvolvimento de habilidades e colocar em prática hobbies pessoais, e se mostra como um fator de grande destaque para o ímpeto empreendedor (Silva, 2017; Vicenzi & Bulgacov, 2012, Carvalho & Gonzalez, 2006; Ribas, 2011). A categoria “Financeira” se destacou entre as mais citadas pelos participantes (FS=6), concordando com o que já vem sendo estudado por outros autores. A necessidade de fontes de renda alternativas era esperada considerando o contexto enfrentado, uma vez que a crise na saúde passou a afetar diretamente a economia, culminando no crescimento do desemprego e a necessidade de se buscar alternativas para sustento e realizar projetos pessoais (Fialho et al., 2018; Costa, 2020; Silva, 2018; Ribas, 2011).

Por fim, “Apoio de terceiros” aparece bastante na fala dos participantes (FS=6), esse apoio pode ser entendido tanto de maneira direta quanto indireta. Estudos constataam a importância do apoio dos grupos de amigos e familiares, mesmo que não atuando diretamente no empreendimento, mas agindo como rede de contato. Ainda nesse sentido é sabido que apoio motivacional de familiares e amigos próximos é um fator que incentiva a ação empreendedora (Fonseca, 2019; Lopes Filho, 2018; Martins, Veiga, & Cortez, 2020).

Segundo os dados encontrados os principais fatores motivacionais que levaram os trabalhadores do estado de Rondônia a empreender foram aspectos envolvendo as categorias: Financeira, Apoio de terceiros e Interesse pessoal. Levando a acreditar que o cenário econômico e suas incertezas foi fundamental no processo de abertura de novos

empreendimentos para os participantes do estudo. Além disso os aspectos de cunho individual também foram significativos, podendo estar relacionado ao contexto pandêmico, e suas consequências psicológicas decorrente do isolamento social, ansiedade e medos, ligadas ao desenvolvimento de atividades prazerosas (que se mostraram como uma fonte de renda) e formas de buscar se sentir mais próximo ou amparado por outras pessoas, em especial familiares e amigos.

Considerações Finais

O trabalho alcançou o objetivo proposto, a saber, compreender quais fatores motivaram pessoas a empreender durante a pandemia de Covid-19, no estado de Rondônia (RO). A análise das entrevistas mostrou que os principais fatores motivacionais, para iniciar um empreendimento nesse período, foram as questões envolvendo as finanças, interesses pessoais e apoio de outras pessoas. Essas categorias apareceram na fala de todos os empreendedores entrevistados, mostrando uma consistência e padrão de repetição significativo, levando a crer que empreender para essas pessoas foi uma forma de enfrentar as dificuldades, tanto financeiras quanto psíquicas, trazidas pela pandemia. Altruísmo também foi uma categoria bastante citada e que demonstra um movimento de busca em colaborar com o próximo, na hora de se optar por iniciar o empreendimento.

Podem ser identificadas limitações no estudo realizado, entre elas tem-se a escolha da amostra, a qual pode ter sido enviesada, uma vez que foram utilizados critérios convenientes para os pesquisadores (pessoas que já tinham contato prévio) e não corresponder a uma amostra precisa da realidade. Outra lacuna diz respeito aos empreendimentos selecionados, que não representam uma diversidade maior, em um ramo onde a multiplicidade de possibilidades e inovações é enorme. Portanto seria interessante que estudos futuros procurassem ampliar a gama de empreendimentos a serem estudados e buscar realizar uma amostra mais randômica para suprir possíveis enviesamentos do estudo. Como implicação prática do estudo pode-se

afirmar que os dados encontrados representam uma fonte de informações para planejamentos de políticas voltadas para novos empreendedores, buscando formas de contribuir para o desenvolvimento do comércio local e econômico.

Este estudo tem implicação social porque, no Brasil, o baque nas atividades econômicas e dificuldades em controlar o avanço da doença têm evidenciado questões de ordem social, o desemprego e incertezas quanto a manutenção dos empregos tem se agravado e as desigualdades sociais acentuadas (Radis, 2020). Com a crescente incerteza frente ao futuro muitas pessoas estão se aventurando no negócio próprio para garantir o próprio sustento, sendo fundamental compreender as motivações dos empreendedores. Esses conhecimentos são relevantes porque podem servir de subsídio para a compreensão ampla do fenômeno, e por conseguinte, para a proposição de políticas públicas efetivas para trabalhadores de todo o país, especialmente para aqueles que são mais afetados por momentos de crise.

Referências

- Agência Estadual de Vigilância em Saúde de Rondônia (AGEVISA-RO, 2021). Recuperado de: <http://www.rondonia.ro.gov.br/edicao-450-boletim-diario-sobre-coronavirus-em-rondonia/>
- Aguiar, G. N., & Xavier, E. D. (2020). Pandemia, política e neoliberalismo: o governo federal brasileiro no enfrentamento do coronavírus. *Confluências | Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito*, 22(2), 28-50. doi: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/42994>
- Assunção, A. G., Queiroz, F. A., Costa, R. A. T. (2017). As variáveis necessidade e oportunidades e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. *Saber humano: Revista científica da faculdade Antonio Meneguetti* 7(10), 126-143. doi:10.18815/sh.2017v7n10.201

- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. D. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 20(3), 1105-1113. doi: 10.17652/rpot/2020.3.19694
- Bardin. L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo, SP: Almedina.
- Barros, F. A. F. (2000). Os desequilíbrios regionais da produção técnico-científica. *São Paulo em Perspectiva*, 14(3), 12-19. doi:10.1590/S0102-88392000000300004
- Borba, J. F., Marinho, S. V., & Alberton, A. (2018). Perfil Empreendedor: O Caso da Mula sem Cabeça. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 7(1), 226-242. doi: 10.14211/regepe.v7i1.448
- Braga, J. M. C. (2013). *Motivações no empreendedorismo social*. Dissertação de mestrado. Universidade do Porto. Porto. Recuperado de: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/70013/2/25411.pdf>
- Bulgacov, Y. L. M., Cunha, S. K., Camargo, D., Meza, M. L., & Bulgacov, S. (2011). Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? *Revista de Administração Pública*, 45(3), 695-720. doi: 10.1590/S0034-76122011000300007
- Carreira, S. S., Franzoni, A. B., Esper, A. J. F., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 6-13. doi: 10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208
- Carvalho, P. M. R. D., & González, L. (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento organizacional e gestão*, 12(1), 43-65. Recuperado de: <https://silo.tips/download/modelo-explicativo-sobre-a-intenao-empreendedora>

Confederação Nacional da Indústria (CNI). (2020). Indústria já é afetada pela crise do novo coronavírus. Recuperado de:

<http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/impactos-coronavirus/>

Costa, S. S. (2020). Pandemia e desemprego no Brasil: consequências e medidas de enfrentamento. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 969-978. doi: 10.1590/0034-761220200170

Couto, A. I. (2017). Atitudes sociais face ao trabalho por conta própria em tempos de crise: da valorização do trabalho por conta própria a um retraimento da iniciativa empresarial. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 33, 73-94. doi: 10.21747/08723419/soc33a4

Fernandes, N. P., D'Avila, L. C., Cruz, A. P. C., Pereira Junior, E. F. Z. (2019). Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. *Revista brasileira de gestão e inovação*, 7(3), 27-62. doi: 10.18226/23190639.v7n3.02

Fialho, C. B., Wagner, L. C., Nunes, A. D. F. P., Gai, M. J. P. (2018). Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 3(1), 148-175. Recuperado de: <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123>

Fonseca, S. F. P. D. (2019). Empreendedores açorianos: motivações, desafios e satisfação com a vida (Dissertação de doutorado. Universidade Católica Portuguesa, Porto). Recuperado de: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/29953>

Galvão, A. M., & Pinheiro, M. (2016). Predisposição para o empreendedorismo: as características psicológicas podem-nos dizer algo sobre os empresários portugueses? In *Anais 3º Congresso da Ordem dos Psicólogos Portugueses*. Ordem dos Psicólogos

<https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/21905>

Gezer, I., & Cardoso, S. P. (2015). Empreendedorismo e suas implicações na inovação e desenvolvimento: Uma análise multivariada com indicadores socioeconômicos. *Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 9(2), 43-60. doi:10.3232/GCG.2015.V9.N2.02

Havreluck, B. F. V., Leal, L. E. B. B., Bertolazo, I. N., & Delben, A. C. (2016). Oportunidade ou Necessidade? Um Estudo sobre Mulheres Empreendedoras no Segmento de Estética na Cidade de Apucarana/PR. In *Anais do V Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade*. São Paulo/SP. Recuperado de: http://singep.submissao.com.br/5singep/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=634

Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2014). Empreendedorismo. Porto Alegre, RS: AMGH Editora

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2019). Recuperado de: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26741-desemprego-cai-para-11-9-na-media-de-2019-informalidade-e-a-maior-em-4-anos>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2020) Recuperado de: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ro.html>

Jiang, F., Deng, L., Zhang, L., Cai, Y., Cheung, C. W., & Xia, Z. (2020). Review of the clinical characteristics of coronavirus disease 2019 (COVID-19). *Journal of general internal medicine*, 35, 1545-1549. doi: 10.1007/s11606-020-05762-w

Junta Comercial do Estado de Rondônia (JUCER-RO). (2020). Recuperado de: <http://www.rondonia.ro.gov.br/com-facilitacao-do-certificado-digital-desde-marco-rondonia-abriu-6-649-novas-empresas/>

- Junior, C. V. B., Andreassi, T., & Nassif, V. M. J. (2017). (A Falta de) Indicadores de Empreendedorismo no Brasil. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 1-9. doi: 10.14211
- Knight, F. H. (1921). The place of profit and uncertainty in economic theory. *Risk, Uncertainty and Profit*, 3, 21. Recuperado de: <https://bbs.pku.edu.cn/attach/5f1b/5f1b8b15e79443f9/Risk%20Uncertainty%20and%20Profits%20Frank%20H.doc>
- Loiola, E., Gondim, S. M. G., Pereira, C. R., & Ferreira, A. S. M. (2016). Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 16(1), 22-35. doi: 10.17652/rpot/2016.1.706
- Lüdke, F. E., & Bugs, J. C. (2017). Jovens empreendedores e as dificuldades encontradas na gestão das suas empresas. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE*, (6), 96-120. Recuperado de: <http://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/524>
- Lopes Filho, R. F. (2018). Motivações e perspectivas futuras dos empreendedores de startups. (Monografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza). Recuperado de: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/37243>
- Martins, L. P., Veiga, H. M. S., & Cortez, P. A. (2020). Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: Estudo qualitativo. *Revista De Psicologia*, 11(2), 60 - 70. doi: 10.36517/10.36517/revpsiufc.11.2.2020.6
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*, Nova Iorque, D. van Nostrand Co., Inc.,
- Gama Neto, R. B. (2020). Impactos da COVID-19 sobre a economia mundial. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 2(5), 113-127. doi: 10.5281/zenodo.3786698

Okano, M. T., & Fernandes, M. E. (2017). A crise como oportunidade para o empreendedor Brasileiro. *South American Development Society Journal*, 3(07), 125-140. doi:10.24325

Organização Mundial da Saúde (OMS). (2020). Recuperado de: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>

Parente, C., Santos, M., Chaves, R. R., & Costa, D. (2011). Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. In *XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização*, Lisboa: Portugal.

Pereira, J. A., & Verri, R. A. (2014). Dificuldades na criação de empresas em diferentes momentos: um estudo multicaso a partir da ótica dos empreendedores. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 8(2), 2. Recuperado de: <http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/646>

Pinho, C. E. S. (2020). The responses of the authoritarian national developmentalism to the structural economic crisis (1973-1985). *Brazilian Journal of Political Economy*, 40(2), 411-431. doi:10.1590/0101-31572020-3020

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. (2019). Relatório do Desenvolvimento Humano 2019. Recuperado de: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_pt.pdf

Radis (2020). Vulnerabilidades que aproximam. Recuperado de : https://radis.ensp.fiocruz.br/phocadownload/revista/Radis212_web.pdf

Ribas, R. (2011). A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. *Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA*, 5(1). Recuperado de: <https://revistas.pucsp.br/caadm/article/view/7781>

- Rocha, G. T. (2018). Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender no DF. (Monografia. Universidade de Brasília. Brasília). Recuperado de: <https://bdm.unb.br/handle/10483/20699>
- Roldão, T., Monte-Mor, D. S., & Tardin, N. (2018). A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country baseada na crise do subprime. *Organizações & Sociedade*, 25(85), 320-338. doi: 10.1590/1984-9250858
- Rossi, T. R. A., Sobrinho, L., Chaves, S. C. L., & Martelli, P. J. D. L. (2019). Crise econômica, austeridade e seus efeitos sobre o financiamento e acesso a serviços públicos e privados de saúde bucal. *Ciência & Saúde Coletiva*, 24, 4427-4436. doi: 10.1590/1413-812320182412.25582019
- Santos, A. M. (2016). Questão social, desemprego, precarização e produção da pobreza: os reflexos para a produção da economia solidária no Brasil. *Praxis Sociológica*, (20), 29-56. Recuperada de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5381119>
- Schumpeter, J. A. (1982). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo, SP: Abril Cultural
- Silva, S. D. C. D. (2017). Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras e o seu impacto no potencial empreendedor. (Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra. Coimbra). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10316/84030>
- Silva, M. D. J. (2017). Os impactos das relações com blocos econômicos no desenvolvimento da economia do estado de Rondônia. Recuperado de: <http://repositorio.saolucas.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/3645>
- Silva, I. M. (2018). Empreendedorismo: A influência dos familiares empresários nas motivações e no potencial empreendedor dos estudantes (Dissertação de mestrado,

Universidade de Coimbra. Coimbra). Recuperado de :

<https://eg.uc.pt/handle/10316/85595>

Sinode, O. J. G., Haddad, E. A., & Mena-Chalco, J. P. (2016). A ciência nas regiões brasileiras: evolução da produção e das redes de colaboração científica. *Transinformação*, 28(1), 15-32. doi: 10.1590/2318-08892016002800002

Sistema Universidade Aberta do SUS (UNA-SUS). (2020). Recuperado de:

<https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>

Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM-RO). (2020). Recuperado de:

www.rondonia.ro.gov.br/aos-38-anos-rondonia-e-a-terceira-maior-economia-da-regiao-norte/

Superintendência Estadual de Desenvolvimento Econômico e Infraestrutura (SEDI-RO).

(2021). Recuperado de: <http://www.rondonia.ro.gov.br/governo-lanca-programa-de-microcredito-para-estimular-o-empendedorismo-em-rondonia/>

Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327. doi:10.1590/1982-7849rac20141612

Vicenzi, S. E., & Bulgacov, S. (2012). Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. *Revista de Ciências da Administração*, 15(35), 208-221. doi:10.5007/2175-8077.2013v15n35p208