



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANA LAURA ALCÂNTARA CARDOSO

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

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2023**

ANA LAURA ALCÂNTARA CARDOSO

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

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 069/2012/CONEPE.

Orientador(a): Prof.^a Dr.^a Gracyanne Freire de Araujo.

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2023**

ANA LAURA ALCÂNTARA CARDOSO

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

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 069/2012/CONEPE.

Trabalho defendido e aprovado em 09 de maio de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Gracyanne Freire de Araujo (Orientadora)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof. Dr. Claudio Marcio Campos de Mendonça (Membro interno)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof. MSc. Eduardo Alberto da Silva Farias (Membro interno)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me deu forças e me mostrou de várias maneiras que eu era capaz de alcançar meus objetivos.

A minha mãe, Maria Joseilde, aos meus irmãos Igor, Artur e Ana Luiza e aos meus tios Jéssica e Bruno por acreditarem em mim, me apoiarem nos momentos difíceis e me ajudarem a tomar as melhores decisões. A eles dedico esse momento de realização que tanto esperamos.

A todos os meus amigos próximos que acompanharam toda minha jornada na universidade, sempre torcendo, incentivando e me motivando em todos os momentos. Sou muito grata a vocês.

Aos amigos que fiz durante esses anos de graduação, em especial Maria Vitória por ser essencial em todos os momentos, sempre paciente ao me ouvir e sempre me ajudando a encontrar soluções para os meus problemas. Agradeço por comemorar minhas conquistas da mesma forma que comemora as próprias conquistas.

A minha orientadora Prof.^a Dr.^a Gracyanne Freire de Araujo, a quem serei eternamente grata por deixar os momentos difíceis mais leves. Pela confiança, apoio, incentivo. Sou grata por ter me ajudado a escolher um tema o qual me deixou confortável, fazendo com que esse período se tornasse mais agradável.

Aos professores que aceitaram o convite de participar da banca examinadora, Prof. MSc. Eduardo Alberto da Silva Farias e Prof. Dr. Claudio Marcio Campos de Mendonça e ao coordenador do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe, Prof. Dr. Marcos Eduardo Zambanini. Vocês se tornaram minhas referências para traçar meus objetivos nessa nova fase.

Por fim, aos entrevistados que aceitaram participar da pesquisa, colaborando com essa conquista.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é compreender os fatores condicionantes que levam o empreendedor com 55 anos de idade ou mais a criar seu próprio negócio em Sergipe. Este estudo se justifica pelo fato de os estudos sobre o tema serem relativamente recentes, então viu-se a necessidade de se aprofundar na temática para contribuir com a criação de políticas públicas e melhorar a visibilidade dessa faixa etária no mercado. Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa e utilizou-se da estratégia de entrevista semiestruturada como técnica de coleta de dados. Foram entrevistadas 3 pessoas com 56, 59 e 70 anos de idade da cidade de Aracaju-SE. A elaboração do roteiro de entrevista foi definida a partir de três categorias analíticas e dezoito elementos de análise. Diante os dados coletados, utilizou-se a análise da narrativa e história de vida em que foram apresentados os relatos a partir das experiências de empreendedorismo dos entrevistados e tendo como base a literatura utilizada como referência para este trabalho. Sendo assim, foi possível conhecer o perfil socioeconômico, 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.

ABSTRACT

The main of this research is to understand the conditioning factors that lead the entrepreneur with 55 years of age or more to create his own business in Sergipe. This study is justified by the fact that the studies on the subject are relatively recent, so it was seen the need to deepen the theme to contribute to the creation of public policies and improve the visibility of this age group in the market. This study is characterized as a qualitative research and used the semi-structured interview strategy as a data collection technique. 3 people were interviewed aged 56, 59 and 70 years from the city of Aracaju-SE. The elaboration of the interview script was defined from three analytical categories and eighteen elements of analysis. In view of the data collected, we used the analysis of the narrative and life history in which the reports were presented from the experiences of entrepreneurship of the interviewees and based on the literature used as a reference for this work. Thus, it was possible to know the socioeconomic profile, 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.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM.....	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE.....	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
CNPJ.....	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
1.1 EMPREENDEDORISMO: CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA.....	10
1.2 EMPREENDEDORISMO SÊNIOR.....	12
1.3 FATORES CONDICIONANTES.....	12
1.3.1 Individuais.....	12
1.3.2 Interpessoais.....	13
1.3.3 Socioeconômicos.....	14
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	16
2.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	16
2.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	17
2.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE.....	19
3. ANÁLISE DE DADOS.....	21
3.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS EMPREENDEDORES.....	21
3.2 FATORES INDIVIDUAIS DOS EMPREENDEDORES ENTREVISTADOS.....	22
3.2.1 Fatores individuais para E1.....	22
3.2.2 Fatores Individuais para E2.....	23
3.2.3 Fatores individuais para E3.....	24
3.3 FATORES INTERPESSOAIS DOS EMPREENDEDORES ENTREVISTADOS...25	
3.3.1 Fatores interpessoais para E1.....	25
3.3.2 Fatores interpessoais para E2.....	26
3.3.3 Fatores interpessoais para E3.....	27
4. IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS.....	29
CONCLUSÃO.....	32
REFERÊNCIAS.....	33
APÊNDICE.....	37

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) mostram que houve um aumento da expectativa de vida de 76 anos em 2017 para 76,6 anos em 2019. 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. Isso é evidenciado nos relatórios do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2017 e 2019, o qual em 2017 foi registrado 1,9 milhões de empreendedores seniores iniciais na faixa etária de 55 a 64 anos e, em 2019, 2,5 milhões.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2018 mais de 650 mil idosos estavam atuando como empreendedores e, esse quantitativo traz um grande impacto para a economia do país. Os seniores, como são chamados os empreendedores acima de 55 anos que se mantêm trabalhando, 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).

Comparando os relatórios do GEM, percebe-se que houve um crescimento no empreendedorismo sênior inicial, que consiste nos empreendedores que acabaram de abrir um negócio, o qual partiu de 10,3% em 2017 para 12,4% em 2019. Porém, mesmo sendo uma taxa pequena em comparação com outras faixas etárias, essa porcentagem equivale a aproximadamente 2,5 milhões de seniores empreendendo. Por outro lado, o mercado nem sempre está preparado para receber esse perfil de empreendedor. Isso ocorre por motivos como preconceito com a idade, já que essa faixa etária é considerada incapaz e inapta, e questões culturais que envolvem o choque de opiniões com a classe social mais jovem e, por isso, torna-se mais difícil permanecer economicamente ativo (PEREIRA; VASCONCELOS, 2021; MENDES, 2016).

Diante desse cenário, o presente trabalho procurou explorar esse perfil empreendedor para compreender os fatores condicionantes que levam essa parcela da população a abrir o seu próprio negócio. Com isso, buscou responder a seguinte

problemática: **Quais os fatores condicionantes dos empreendedores seniores para criarem seus negócios em Sergipe?**

Este trabalho tem como objetivo geral compreender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a criarem seus próprios negócios em Sergipe. Para chegar a esse objetivo, foram traçados os seguintes objetivos específicos: a) apresentar o perfil socioeconômico dos empreendedores entrevistados; b) identificar os fatores individuais para empreender e; c) apontar, com base em Gonçalves e Pifano (2015), os fatores interpessoais que acarretaram a abertura do empreendimento.

A escolha do artigo de Gonçalves e Pifano (2015) para um dos objetivos específicos deste trabalho se justifica pelo fato de ser o único encontrado pela pesquisadora, dentre a literatura desta temática, que menciona sobre os condicionantes que levam a faixa etária pesquisada a criar seu próprio negócio.

Essa temática tem uma relevância crescente em nossa sociedade por conta do crescimento na expectativa de vida e, por esse motivo, é necessário um avanço dos estudos para melhor entender o que leva esse perfil empreendedor a criar seu próprio negócio (GONÇALVES; PIFANO, 2015).

Apesar de ser um tema atual (SCHMITZ; LAPOLLI; BERNARDES, 2011), as pesquisas sobre a temática são relativamente novas (SIGAHI, 2018). Diante dessa lacuna, a pesquisadora viu a necessidade em se aprofundar e entender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a abrirem seu próprio negócio. Com isso, pode-se contribuir para a criação de políticas públicas e ajudar as instituições que trabalham com empreendedorismo a terem um olhar diferente sobre essa parcela da população, incentivando-os a empreender e oferecendo novas oportunidades para pessoas dessa faixa etária. Novos estudos estão surgindo, porém, a literatura sobre a temática ainda está sendo iniciada e tem muito a ser explorado (ESTHER; RODRIGUES; FREIRE, 2012). Com isso, este trabalho também tem o intuito de contribuir para os estudos da comunidade acadêmica brasileira sobre o tema.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção serão apresentadas as fundamentações teóricas referentes ao empreendedorismo sênior e os seus fatores condicionantes.

1.1 EMPREENDEDORISMO: CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA

Até os anos 2000 não existia um conceito para definir o que é empreendedorismo, por isso, ainda não era considerado um campo de pesquisa. Apesar disso, ainda hoje os pesquisadores não entraram em um consenso acadêmico sobre o que é e como definir tal fenômeno (SIGAHI, 2018; BRÁS, 2013).

As pesquisas para definir o empreendedorismo não estão focadas apenas em novas empresas, mas também em novos mercados e em suas mudanças. O empreendedorismo não pode ser visto apenas por um ponto de vista, é necessário destacar que é um fenômeno complexo e que precisa ser entendido por várias abordagens diferentes. 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 (VERGA; SILVA, 2014).

De acordo com Baggio e Baggio (2014, p. 26) “o empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apoiam e o praticam”. Já para Hisrich e Peter (2004) o empreendedorismo é muito mais do que gerar riqueza, trazendo também mudanças na estrutura de negócios e na sociedade.

Os empreendedores podem ser classificados em duas fases: iniciais, que são os empreendedores que estão em estágio inicial e ainda não pagam salário, pró-labore e nem outras formas de remuneração aos seus proprietários e colaboradores e; estabelecidos que já são fortalecidos e já pagam salários e pró-labore aos integrantes da empresa (MENDES, 2016).

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, 2014). Pesquisas do GEM (2019) mostram que os brasileiros que desejam ter seu próprio negócio são de 38,7%, sendo superior aos que querem fazer carreira em

empresa (24,7%) e aos que querem fazer carreira no serviço público (19,3%) (GEM, 2019).

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, mudanças demográficas e etc. (VERGA; SILVA, 2014). 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 (VALE; CORRÊA; REIS, 2014; MENDES, 2016).

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, impostos e corrupção. Em contrapartida, 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 (2014) 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, 2005). Os dados do relatório do GEM de 2019, mostram que o Brasil se destacou internacionalmente sendo o 4º país com mais empreendedores em estágio inicial no mundo, com 53,5 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos empreendendo (GEM, 2019).

1.2 EMPREENDEDORISMO SÊNIOR

O GEM 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, com isso, uma das principais soluções é que esses cidadãos abram seus próprios negócios (MENEFEE, 2013).

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, pois, quanto mais elevada for a idade, menor é sua disposição para o trabalho, a força física é prejudicada (ORELLANA; VIAN, 2016) e não conseguem acompanhar os avanços tecnológicos (ZANATTA, 2022).

1.3 FATORES CONDICIONANTES

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. Tais fatores serão esclarecidos nas seções seguintes.

1.3.1 Individuais

De acordo com Gonçalves e Pifano (2015), muitos autores enfatizam a importância de características psicológicas e de personalidade que exercem

influência na 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 (GONÇALVES; PIFANO, 2015).

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 por exemplo, 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 como alternativa para driblar o tédio através de um sonho antigo (MENEFEE, 2013).

As motivações pessoais para empreender podem ser impulsionadas pela oportunidade de mercado ou pela necessidade (GONÇALVES; PIFANO, 2015; GEM, 2019). Quando a motivação é por oportunidade, o empreendedor cria o próprio negócio como o desejo de independência, a auto-realização e desejo de obter uma renda maior, ou seja, ele pode escolher a melhor opção. Além disso, o empreendedor precisa compreender que tem as capacidades necessárias para começar um negócio (GONÇALVES; PIFANO, 2015; VICENZI; BULGACOV, 2012). Já a motivação por necessidade, geralmente acontece por motivos negativos como insatisfação com o emprego atual e a falta de oportunidade de trabalho (GONÇALVES; PIFANO, 2015), com isso, o indivíduo é forçado a criar seu próprio negócio para sobreviver (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

1.3.2 Interpessoais

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 (VICENZ; BULGACOV, 2012).

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 (DUCCI; TEIXEIRA, 2011).

1.3.3 Socioeconômicos

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 necessidade. Algumas empresas começam a enxergar um diferencial nessa população, principalmente por conta da chamada economia prateada (ZANATTA, 2022).

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).

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em geral, existem diferentes formas de abordagens metodológicas para conceber a realidade (MARTINS; THEÓPHILO, 2007). Neste capítulo será tratado sobre as abordagens e as técnicas de coleta de dados utilizadas para análise desta pesquisa.

Este trabalho busca entender os fatores condicionantes que levam um empreendedor sênior a abrir seu próprio negócio. Diante disso, foi adotada a abordagem qualitativa, de natureza aplicada, empregando a técnica de entrevista, mediante a análise da narrativa com o objetivo de fundamentar toda a teoria desta pesquisa em histórias reais contadas pelos empreendedores entrevistados.

2.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Strauss e Corbin (2008) definem pesquisa quantitativa como qualquer tipo de pesquisa que não use meios de quantificação para se obter os resultados. Conceito que se encaixa perfeitamente neste trabalho, já que não se utilizou de nenhum método matemático e afins para a coleta de dados. Strauss e Corbin (2008) afirmam que o método de pesquisa qualitativa pode ser usado para entender áreas pouco estudadas e para capturar emoções e sentimentos que não são percebidos em métodos de pesquisas mais convencionais, então nesta pesquisa tal método ajudou a entender o empreendedorismo sênior, que é visto como um tema pouco estudado na academia (STRAUSS; CORBIN, 2018).

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 alcançar os objetivos deste trabalho foi aplicado a história de vida como método biográfico, o qual se utiliza da biografia do indivíduo como fenômeno de pesquisa (SANTOS; DAVEL, 2021). Os métodos biográficos se baseiam tanto em conhecimentos subjetivos, que são absorvidos através de experiências pessoais ou observadas em terceiros, quanto de conhecimentos intersubjetivos, adquiridos de

experiências que possuem em comum com outras pessoas (CLOSS; ANTONELLO, 2011).

A história de vida consiste em um método que analisa realidades sociais que transformam o mundo (MICHEL, 2015), através da análise de memórias e autobiografias (MARTINS; THEÓPHILO, 2007). Foram analisadas experiências particulares, visões pessoais, padrões e reações culturais sem perder o senso crítico que, de acordo com Michel (2015) são características deste método. O autor ainda afirma que o que o narrador relata é “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). Então, este trabalho utilizou a história de vida porque foi entendido como método que traria melhores contribuições para a pesquisa.

De acordo com o relatório do GEM (2019), a faixa etária considerada empreendedor sênior é entre 55 e 64 anos. Para Mendes (2016) os seniores são empreendedores acima de 55 anos que se mantêm no mercado de trabalho e Gutterman (2022) define o empreendedor sênior como qualquer atividade empreendedora criada por um indivíduo com 50 anos ou mais. Utilizando destas definições de idades para empreendedor sênior 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.

2.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

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 são submetidos a um roteiro de perguntas, mas com liberdade para mudar a direção na situação que julgar necessária. Como não são perguntas fechadas, o

entrevistador tem a vantagem de excluir perguntas que, no momento, não são mais necessárias e incluir perguntas oportunas durante a entrevista (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 podem intensificar ou mostrar disparidade entre o que foi verbalizado pelo entrevistado e as informações não verbais. Isso pode ser bastante útil na análise dos resultados (VERGARA, 2009).

Para a elaboração do roteiro de entrevista, foram definidas categorias analíticas, conforme quadro 1.

Quadro 01 – Categorias analíticas e elementos de análise

Objetivos Específicos	Categorias de análise	Elementos de Análise	Principais autores
Apresentar o perfil socioeconômico dos empreendedores entrevistados	Perfil socioeconômico dos empreendedores	<ul style="list-style-type: none"> - Idade; - Gênero; - Estado civil; - Naturalidade; - Composição familiar; - Escolaridade; - Principal fonte de renda no momento; - Tempo de mercado - Ramo do negócio. 	Gonçalves e Pifano (2015) Niwa et. al (2021) Zanatta (2022)
Identificar os fatores individuais para empreender	Fatores individuais dos empreendedores	<ul style="list-style-type: none"> - Identificação de oportunidade - Tipo de Empreendedorismo (necessidade ou oportunidade) - Motivações para empreender - Maior satisfação no negócio - Curso que contribuiu 	Vicenz e Bulcov (2012) Menefee (2013) Gonçalves e Vale, Corrêa e Reis (2014) Pifano (2015) GEM (2019)
Apontar, com base em Gonçalves e Pifano (2015), os fatores interpessoais que acarretaram a abertura do empreendimento	Fatores interpessoais dos empreendedores	<ul style="list-style-type: none"> - Parentes que empreendem - Amigos que empreendem - Incentivo de pessoas próximas - Barreiras enfrentadas 	Ducci e Teixeira (2011) Vicenz e Bulcov (2012) Gonçalves e Pifano (2015)

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A história de vida também foi utilizada como técnica de coleta para conseguir ter um resultado mais completo. Esse método analisa realidades sociais

que transformam o mundo (MICHEL; 2015), através da análise de memórias e autobiografias (MARTINS; THEÓPHILO, 2007). Foram analisadas experiências particulares, visões pessoais, padrões culturais e reações culturais sem perder o senso crítico que, de acordo com Michel (2015) são características deste método. O autor ainda afirma que o que o narrador relata é “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). Esse método foi importante para a análise dos dados dessa pesquisa porque deu a oportunidade aos entrevistados de contar não só sobre o seu negócio, mas também fatos da sua vida que interferiram na criação e continuidade da empresa.

2.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE

De acordo com Martins e Theóphilo (2007), o método científico é definido como um conjunto de categorias analíticas para observar um fenômeno e tirar conclusões. Para proceder com uma pesquisa, o cientista precisa observar fatos, deixando de lado suas crenças e hipóteses para que, com isso, se torne imparcial e consiga formar suas conclusões de maneira mais assertiva. (MARTINS; THEÓPHILO, 2007).

Diante dos dados coletados, utilizou-se nesta pesquisa o método de análise da narrativa para analisar os dados. 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. Hoje em dia, as narrativas derivadas de entrevistas, método utilizado neste trabalho, têm ganhado destaque pelo fato de serem criadas de forma a motivar a narrativa (BASTOS; BIAR, 2015).

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, movimentando emoções e pode construir novos saberes para si mesmo ainda contribuindo com a pesquisa (CINTRA; CORREIA; TENO, 2020). Por isso, esta estratégia de análise foi utilizada neste trabalho

Para analisar as narrativas foi utilizada uma estrutura formal que, de acordo com Bastos e Biar (2015), é ideal para se obter uma narrativa bem formada. Esta estrutura é 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 (BASTOS; BIAR, 2015).

3. ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo está dividido em três subitens selecionados de acordo com as categorias analíticas. No primeiro subitem será apresentado o perfil socioeconômico dos empreendedores entrevistados; no segundo discutirá as motivações individuais que levaram os entrevistados a abrir sua própria empresa e; no terceiro subitem serão abordados os fatores interpessoais que motivaram os entrevistados a abrir seu próprio negócio.

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

3.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS EMPREENDEDORES

A empreendedora E1, natural de Aracaju, tem 59 anos e é judicialmente separada. Tem nível superior na área de Recursos Humanos e é proprietária de uma loja virtual de crochê em parceria com sua filha. A mesma é empreendedora informal, ou seja, sem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), desde 2018. Apesar da empresa ter um tempo considerável de mercado, a principal fonte de renda da empreendedora é sua aposentadoria.

Natural do Rio de Janeiro 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. Apesar de a faixa etária considerada como empreendedor sênior pelo GEM (2019) ser de 55 a 64 anos, a pesquisadora viu a oportunidade de entrevistar alguém mais velho para contribuir no resultado da pesquisa, por considerar este caso diferente dos demais e de ser um empreendedor sênior na fase inicial.

A empreendedora E3 é natural de Capela, tem 56 anos, mora sozinha e é solteira. 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 com tecidos africanos.

3.2 FATORES INDIVIDUAIS DOS EMPREENDEDORES ENTREVISTADOS

3.2.1 Fatores individuais para E1

A entrevistada E1 contou que identificou a oportunidade de empreender quando produziu algumas peças de crochê, percebeu que essas peças foram bem aceitas pelo mercado e, com isso, vieram encomendas que fizeram com que a loja permanecesse no mercado desde 2018. Dessa maneira, a empreendedora descobriu uma oportunidade de nova fonte de renda quando viu que seu artesanato estava sendo absorvido 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. A entrevistada conta 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 eu 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 que contribuiu 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 e sanar algumas curiosidades, apesar de seu foco maior ser na confecção de crochê, já que tem uma filha administradora para tratar das outras vertentes do negócio.

Pesquisas feitas pelo GEM (2019) apontam que a sugestão mais frequente dada pela população para incentivar pessoas com 55 anos ou mais a criar seu próprio negócio é o oferecimento de cursos de empreendedorismo voltados para

esta faixa etária, fato que a E3 menciona na entrevista que ainda não teve oportunidade de participar de cursos que a ajude a gerenciar sua loja.

De acordo com Meneefe (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 se aposentar. Essa teoria mencionada 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 concluir que E1 abriu sua empresa por oportunidade e as motivações vão além do intuito financeiro, o prazer de ver as pessoas aprovando seus produtos, buscando cada vez mais a auto-realização e o desejo de obter uma renda maior, conforme introduzido anteriormente por Gonçalves e Pifano (2015) e por Vicenzi e Bulgacov (2012) que tratam do empreendedorismo por oportunidade 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.

3.2.2 Fatores Individuais para E2

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, que sempre foi ter um mercado ou uma padaria e se tornar empreendedora, apesar de o negócio ser gerenciado pelo seu pai.

O entrevistado conta que o que te dá mais satisfação é conversar com as pessoas no dia a dia e perceber a diferença entre teoria e prática em relação a um empreendimento. Além disso, E2 nunca fez curso ou capacitação para contribuir no gerenciamento da sua empresa, mas, é formado em Economia, então conhece muito da teoria de um 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.

3.2.3 Fatores individuais para E3

A empreendedora E3 relatou na entrevista 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 te dava mais satisfação na sua empresa, a entrevistada sorriu e disse que a reação das pessoas quando gostam das roupas que ela faz é o que mais te motiva a continuar.

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 te motivou a criar seu negócio, a E3 relatou:

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 como intuito de auto-realização, ou seja, não foi por necessidade de uma renda extra e sim por uma oportunidade vista no mercado, assim como mencionado por Gonçalves e Pifano (2015) que relatam sobre a auto-realização como uma motivação individual para começar a empreender. Vicenzi e Bulgacov (2012) ainda corroboram quando cita que pesquisas mostram que um dos principais fatores condicionantes para abrir um negócio é a realização pessoal seguida de oportunidade de mercado.

3.3 FATORES INTERPESSOAIS DOS EMPREENDEDORES ENTREVISTADOS

3.3.1 Fatores interpessoais para E1

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 chegam todos os tipos de linha que a artesã precisa para trabalhar, então ela precisa adaptar as peças com o material que existe no mercado. 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 (2012) observam que o profissional aposentado é uma circunstância que pode acarretar uma atividade empreendedora. Percebeu-se que a entrevistada 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.

3.3.2 Fatores interpessoais para E2

O E2 revelou que 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. 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. Ele precisa abrir a padaria todos os dias às 05h30, pois, às 06h00 já tem cliente na porta.

O entrevistado ainda contribuiu com 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 (2017) 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. Já para Miguez e Lezana (2017), o empreendedorismo está associado à inovação, a criar novas formas de uso de recursos e na percepção de oportunidades de mercado. 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.

Apesar de E2 não se enquadrar na categoria de empreendedor sênior definida pelo GEM (2019) por conta da idade (70 anos), lembrando que essa categoria foi criada pela sociedade e não tem base na estrutura biológica ou na maturidade do indivíduo, o entrevistado, neste estudo, se caracteriza como empreendedor sênior. Justifica-se esta afirmação com base em Mendes (2016) que denomina os seniores como empreendedores acima de 55 anos que se mantêm no mercado de trabalho e, em Gutterman (2022), que define o empreendedor sênior como qualquer atividade empreendedora criada por um indivíduo com 50 anos ou mais.

3.3.3 Fatores interpessoais para E3

A entrevistada E3 contou que não possui nenhum parente que empreende, mas tem uma comadre que também vende roupas. Ainda relatou que não houve incentivo de pessoas próximas na criação do seu negócio e sua maior dificuldade foi o recurso financeiro pois, precisava tirar do próprio salário para investir na empresa:

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 conta que, como não teve apoio de nenhum parente ou amigo próximo, estudou sobre educação financeira e conseguiu obter sucesso no seu negócio. Ela explica que, hoje, a loja já se autofinancia e ainda consegue gerar lucro.

Essa falta de apoio financeiro citado pela E3 é apontada pelo GEM (2019) como terceiro maior fator limitante para o desenvolvimento de empreendedorismo no Brasil. O mesmo comenta que há poucas oportunidades de créditos que incentivam as atividades empreendedoras e, no caso da E3, por atuar como funcionária pública, não tem direito a essas poucas oportunidades que os bancos disponibilizam.

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

por perto, apenas com algumas características psicológicas citadas por Gonçalves e Pifano (2015) como a tolerância ao risco, autonomia, criatividade e elevado nível de autocontrole.

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 tiveram 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 com motivações pessoais.

4. IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

O resultado desta pesquisa se mostra uma ferramenta útil para aprofundar e inovar nas futuras pesquisas sobre Empreendedorismo Sênior no estado de Sergipe e no Brasil. Por mais que a literatura traga uma quantidade considerável de material teórico sobre empreendedorismo sênior, as pesquisas sobre essa temática são relativamente novas (SIGAHI, 2018). O presente Trabalho de Conclusão de Curso visa contribuir com a literatura sobre empreendedorismo e servir como referência para futuras pesquisas sobre o tema.

Os achados da presente pesquisa visam estimular as pessoas com mais de 55 anos de idade a empreenderem, além de evidenciar que essa faixa etária de empreendedor carece de visibilidade para que as pessoas acabem com esse preconceito e percebam que pessoas com mais idade também obtêm sucesso empreendendo. Além de que, esta pesquisa permitiu apresentar como o Empreendedorismo Sênior contribui para o bem-estar dos indivíduos dessa faixa etária, melhorando ainda mais a qualidade de vida, driblando o tédio e reduzindo o sentimento de invalidez. Nesta perspectiva, cabe a criação de políticas públicas por parte de instituições que trabalham com empreendedorismo a se preocuparem com essa parcela da população, incentivando as pessoas com essa faixa etária a empreenderem.

Comparando os três empreendedores entrevistados, concluiu-se que não existe um motivo específico que os levaram a empreender, foram conjuntos de fatores individuais e influências externas. Esse fato pôde ser observado quando a pesquisadora perguntou “quais foram as motivações para empreender?” e percebeu que houve uma pausa para responder esse questionamento e uma expressão facial que transmitiu dúvida, circunstância observada através da metodologia de análise da narrativa.

Apesar de os fatores condicionantes dos entrevistados serem distintos, notou-se que em todos os casos houveram mais de uma motivação. A E1 relatou que os principais motivos para criar seu negócio foi a satisfação ao ver as pessoas usando as peças da loja e driblar a sensação de invalidez depois da aposentadoria, o E2 foi motivado pela proposta do colega de trabalho de criar uma sociedade e realizar o sonho da filha em ter uma padaria e, a E3 foi motivada pelo prazer em costurar e sua paixão nos tecidos africanos.

Observou-se neste trabalho cinco características de pesquisa qualitativa apontadas por Yin (2016): estudar o significado da vida, representar a opinião e perspectiva das pessoas e abranger as condições contextuais em que elas vivem, vistos através das entrevistas semiestruturadas feitas com os empreendedores seniores; contribuir com conceitos que possam ajudar a explicar comportamentos sociais, observado na análise dos resultados da pesquisa quando é explicado o comportamento social dos empreendedores; e múltiplas fontes de evidência uma vez que as entrevistas foram feitas com 3 indivíduos.

Quanto às principais descobertas, constatou-se que os entrevistados tiveram motivações e contextos diferentes para empreender, de acordo com cada categoria analítica, conforme quadro abaixo:

Quadro 02 - 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	-Não possui parentes empreendedores, mas tem muitos amigos próximos que empreendem; -A maior dificuldade foi em se adaptar ao	-Não tem parentes e amigos próximos que empreendem; -Não houve incentivo de parentes ou amigos para a criação do negócio;

	precificar suas peças.	horário de funcionamento do negócio; -Contribuiu dizendo que o empreendedorismo está ligado à inovação e é muito mais que comprar uma empresa existente.	-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 pela autora (2023).

CONCLUSÃO

A pesquisa teve como objetivo compreender os fatores condicionantes que levam os empreendedores seniores a criarem seu próprio negócio, conhecendo seu perfil socioeconômico e identificando as motivações individuais e interpessoais desses indivíduos.

Com base na história de vida dos entrevistados foi possível analisar quais os fatores que levaram o empreendedor a abrir 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 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, eles conseguiram fazer com que seus empreendimentos tivessem sucesso. A história de vida contribuiu para compreender os motivos que levam os indivíduos com mais de 55 anos a criarem seu próprio negócio.

Por fim, a pesquisadora teve limitação para encontrar empreendedores com o perfil definido como empreendedor sênior. A maioria dos possíveis entrevistados encontrados e acessíveis não se encaixavam na faixa etária estabelecida pela literatura. Por isso, como sugestão para futuras pesquisas, seria interessante ampliar o número de quantitativo de empreendedores, a fim de ampliar a amostra.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Adelar F.; BAGGIO, Daniel K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v.1, n.1, p.25-38, 2014.
- BASTOS, Liliana Cabral; BIAR, Liana de Andrade. Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. **DELTA**, São Paulo, v. 31, n. especial, 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.
- CLOSS, Lisiane Quadrado; ANTONELLO, Claudia Simone. O uso da história de vida para compreender processos de aprendizagem gerencial. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 44-74, jul./ago. 2011.
- 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 2019, expectativa de vida era de 76,6 anos. **Agência IBGE Notícias**, 2020. Disponível em:
<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/29502-em-2019-expectativa-de-vida-era-de-76-6-anos>>. Acesso em 16 ago. 2022.
- 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.
- Empreendedorismo na Terceira Idade: Histórias de Sucesso. **SEBRAE**, 11 set. 2018. Disponível em:
<https://inovacaosebraeminas.com.br/empreendedorismo-na-terceira-idade/>. Acesso em: 19 ago. 2022.
- ÉSTHER, A. B.; RODRIGUES, I.S.; FREIRE, E. S. A identidade empreendedora no contexto das empresas de pequeno porte. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.1, n.2, 2012.

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.

____ - **Global Entrepreneurship Monitor 2017** - Empreendedorismo no Brasil.

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

GOMES, Almiraiva Ferraz. Empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **REA: Revista Eletrônica de Administração**. v. 4, n. 2, 2005

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.

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, 2007.

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 Guilherme 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 et al. **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 et al. 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, Fabiana Pimentel; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Métodos Biográficos para a Pesquisa em Administração: Principios, Potencialidades, Práticas e Desafios. **REAd: Revista Eletrônica de Administração**. Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 430-461, mai./ago. 2021.

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.

SIGAHI, Tiago Fonseca Albuquerque Cavalcanti. Abordagens teóricas sobre comportamento empreendedor: um estudo bibliométrico. **Revista GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 14, n. 4, p. 69-92, 2019.

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

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa Qualitativa**: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

VALE, Gláucia Maria Vaconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade *Versus* Oportunidade. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**. v. 18, n. 3, art. 4, p. 311-327, 2014.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

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

VICENZI, Siomara Elias; BULCOV, 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.

APÊNDICE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ROTEIRO DE ENTREVISTA

A) PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS EMPREENDEDORES

1. Idade?
2. Gênero?
3. Estado Civil?
4. Naturalidade?
5. Composição familiar?
6. Escolaridade?
7. Qual a principal fonte de renda no momento?
8. Qual o tempo de funcionamento?
9. Qual o ramo do negócio?

B) FATORES INDIVIDUAIS DOS EMPREENDEDORES

1. Como identificou a oportunidade de empreender?
2. Você criou um negócio por necessidade ou oportunidade?
3. Quais foram as motivações para empreender?
4. O que te dá mais satisfação no seu negócio?
5. Você fez algum curso/treinamento/capacitação que contribuiu para a criação da empresa?

C) FATORES INTERPESSOAIS DOS EMPREENDEDORES

1. Você tem algum parente que possui um negócio?
2. Você tem amigos que empreendem?
3. Houve incentivo de pessoas próximas para criar seu negócio?
4. Quais foram as maiores dificuldades?

Gostaria de acrescentar alguma informação ou fazer alguma observação/consideração sobre sua história empreendedor