



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,**  
**ATUÁRIA E CONTABILIDADE - FEAAC**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ISADORA MENEZES DE SOUSA**

**FATORES MOTIVADORES INTRÍNSECOS E EXTRÍNSECOS PARA O**  
**EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DOCUMENTAL DO PROJETO**  
**EXTENSIONISTA EXPERIÊNCIAS INSPIRADORAS**

**FORTALEZA**

**2024**

ISADORA MENEZES DE SOSUA

**FATORES MOTIVADORES INTRÍNSECOS E EXTRÍNSECOS PARA O  
EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DOCUMENTAL DO PROJETO  
EXTENSIONISTA EXPERIÊNCIAS INSPIRADORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Federal do Ceará como requisito básico para a conclusão do Curso de Administração.

Orientador: Prof. Bruno Chaves Correia Lima.

FORTALEZA

**2024**

FATORES MOTIVADORES INTRÍNSECOS E EXTRÍNSECOS PARA O  
EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DOCUMENTAL DO PROJETO  
EXTENSIONISTA EXPERIÊNCIAS INSPIRADORAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Federal do Ceará como requisito básico para a conclusão do Curso de Administração.

Aprovada em: 26/09/2024.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Bruno Chaves Correia Lima (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Cláudia Buhamra de Abreu Romero  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Diego de Queiroz Machado  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

D32f de souza, Isadora.  
FATORES MOTIVADORES INTRÍNSECOS E EXTRÍNSECOS PARA O  
EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DOCUMENTAL DO PROJETO EXTENSIONISTA  
EXPERIÊNCIAS INSPIRADORAS / Isadora de souza. – 2024.  
55 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,  
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2024.  
Orientação: Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima.

1. empreendedorismo. 2. fator intrínseco. 3. fator extrínseco. I. Título.

CDD 658

---

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de expressar minha profunda gratidão, começando por Deus, que sempre tem providenciado e guiado minha vida, concedendo-me a graça de ingressar na universidade. Agradeço também ao meu marido, cujo apoio incondicional tem sido fundamental, especialmente neste projeto, oferecendo-me todo o suporte necessário. Minha mãe merece um agradecimento especial por sempre me incentivar a estudar e por seu esforço para tornar isso possível. Por fim, sou imensamente grato ao professor Bruno Correia, que acreditou em mim e contribuiu significativamente para o sucesso deste projeto.

## RESUMO

As motivações para empreender são abordadas na literatura mediante efeito de fatores intrínsecos e extrínsecos. Esta pesquisa tem como objetivo analisar os fatores intrínsecos e extrínsecos que motivam as pessoas a iniciarem os seus processos de empreendimentos. Trata-se de uma pesquisa descritiva e qualitativa por meio de análise documental relacionadas aos vídeos de entrevistas realizadas no projeto experiências inspiradoras. Foram analisadas 26 entrevistas que foram categorizadas por fatores motivadores para empreender: “Objetivo específico ou necessidade”, “Incentivado por família/amigos”, “Possuía o desejo de empreender”. Os resultados indicaram predominância do fator “incentivado por família/amigos”, pois 15 empreendedores foram classificados nessa categoria, Ademais 14 indivíduos apresentaram na entrevista a categoria “Objetivo específico ou necessidade” e 9 indivíduos na categoria “Possuía o desejo de empreender”.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, fator intrínseco, fator extrínseco.

## ABSTRACT

Motivations to undertake are addressed in the literature through the effect of intrinsic and extrinsic factors. This research aims to analyze the intrinsic and extrinsic factors that motivate people to start their entrepreneurial processes. This is a descriptive and qualitative research through documentary analysis related to the videos of interviews conducted in the inspiring experiences project. 26 interviews were analyzed and categorized by motivating factors for undertaking: “Specific objective or need” , “Encouraged by family/friends” , “Had the desire to undertake” . The results indicated a predominance of the factor “encouraged by family/friends” , as 15 entrepreneurs were classified in this category. In addition, 14 individuals presented in the interview the category “Specific objective or need” and 9 individuals in the category “Had the desire to undertake”.

**Keywords:** entrepreneurship, intrinsic factor, extrinsic factor.

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Intercessão de categorias..... 41

**LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Estudos realizados na área do empreendedorismo.....	25
Quadro 2 – Estudos ligados à oportunidade e necessidade.....	32
Quadro 3 – Relação de entrevistados com os respectivos empresas e cursos.....	37

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1</b>	<b>Problema de pesquisa .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2</b>	<b>Objetivos .....</b>	<b>14</b>
<i>1.2.2</i>	<i>Objetivo geral.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3</i>	<i>Objetivo específico.....</i>	<i>14</i>
<b>1.3</b>	<b>Justificativa.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4</b>	<b>Aspectos metodológicos.....</b>	<b>14</b>
<b>1.5</b>	<b>Estrutura do trabalho.....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1</b>	<b>Empreendedorismo no Brasil.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2</b>	<b>Empreendedorismo no Ceará.....</b>	<b>19</b>
<b>3</b>	<b>MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA.....</b>	<b>21</b>
<b>3.1</b>	<b>Fatores intrínsecos e extrínsecos.....</b>	<b>23</b>
<i>3.1.1</i>	<i>Fator extrínseco .....</i>	<i>26</i>
<i>3.1.2</i>	<i>Fator intrínseco .....</i>	<i>27</i>
<b>3.2</b>	<b>Oportunidade e necessidade.....</b>	<b>28</b>
<b>4</b>	<b>OUTROS MOTIVOS QUE LEVAM A EMPREENDER.....</b>	<b>35</b>
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>36</b>
<b>6</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
<b>6.1</b>	<b>Motivação por objetivo específico ou necessidade.....</b>	<b>43</b>
<b>6.2</b>	<b>Motivação pelo incentivo da família ou de amigos.....</b>	<b>45</b>
<b>6.3</b>	<b>Motivação pelo desejo de empreender.....</b>	<b>47</b>
<b>7</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>48</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, de acordo com Ruiz (2019), tem sido estudado há muitas décadas. Profissionais, professores e pesquisadores de diversas áreas, como administração, economia, sociologia, antropologia e história, têm se dedicado a entender o fenômeno do empreendedorismo e o perfil típico dos empreendedores.

Segundo Marcondes et al. (2018), o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade e, diante das transformações ocorridas no mundo a partir do século XX, os empreendedores estão revolucionando a sociedade, sendo capazes de criar e aplicar seus inventos, produzindo riqueza.

Embora existam muitas definições de empreendedorismo, elas tendem a girar em torno do processo de criação de novas atividades empresariais, em oposição à gestão da atividade empresarial existente. O empreendedorismo é geralmente associado, na mente popular, à criação de novos negócios, e os fundadores de novos negócios são chamados de “empreendedores”. No entanto, é por vezes alargado para abranger novas formas de atividade organizacional em empresas existentes e organizações não empresariais, que visam criar novo valor social ou econômico (Levie, 1999).

Contudo, segundo Franco e Gouvêa (2016), não se pode restringir o empreendedorismo a um fenômeno individual. É provável que seja plural do que singular, ou seja, a atividade empreendedora reside não apenas em uma, mas em muitas pessoas. É preciso considerar também diversos fatores externos envolvidos. “O ambiente geral e as relações, por exemplo, com a família, as redes e o papel dos modelos provenientes do meio, têm grande importância no desenvolvimento de cada empresa”. Como cita Leite (2017), o empreendedor é um indivíduo que tem uma ideia, é influenciado pelo ambiente em que está inserido e gera bens e serviços que são objeto de julgamento pelo mercado.

Reforçando tais pontos. Leite (2017) afirma que, com condições ambientais favoráveis, como crescimento econômico, políticas governamentais de incentivo e expansão do mercado, o número de empresas criadas tende a aumentar.

Segundo Bandeira e Silva (2023), existem duas principais motivações para o empreendedorismo: necessidade e oportunidade. A motivação por necessidade ocorre quando indivíduos iniciam um negócio por falta de outras opções, como desemprego ou subemprego. Já a motivação por oportunidade ocorre quando indivíduos identificam uma oportunidade de negócio e decidem aproveitá-la. Embora a motivação por necessidade possa ser vista como

uma resposta a uma crise, muitos empreendedores bem-sucedidos iniciaram seus negócios dessa maneira. Por outro lado, a motivação por oportunidade pode ser vista como uma expressão da visão empreendedora de indivíduos que identificam oportunidades de negócio e estão dispostos a assumir riscos para aproveitá-las.

De acordo com Evangelista (2023), o forte desejo de ser seu próprio patrão, ter independência e não receber ordens de outros, ter oportunidade de trabalhar naquilo que gosta sentir que pode se desenvolver por seu próprio mérito, desejo de ser reconhecido e ser prestigiado, ter impulso para acumular riqueza e oportunidade de ganhar mais que quando estava empregado, também são exemplos de fatores que influenciam o empreendedorismo.

Pois como citam Baggio e Baggio (2014), um dos fatores motivadores é a análise e identificação de oportunidades de negócios ou a possibilidade de entrar em um projeto. Vale ressaltar outros fatores que motivam a empreender, como a influência da família ou amigos. De acordo com Carvalho et al. (2018), alguns estudos demonstraram que estudantes com empresários na família tendem a se tornar empreendedores com mais frequência.

A motivação é de suma importância para entendermos o comportamento dos indivíduos. Como já mencionado, muitos são os fatores motivadores que podem determinar seu rumo. Diante disso, a professora Cláudia Buhamra iniciou um projeto de extensão chamado “Experiências Inspiradoras”. O projeto visa identificar o papel da universidade na sociedade e inspirar os alunos ainda na graduação por meio de entrevistas com ex-alunos sobre suas experiências profissionais, visando compartilhar suas áreas de atuação e experiências como fonte de inspiração e networking para os alunos atuais.

Este projeto é de suma importância, especialmente para os alunos que estão iniciando sua vida profissional. Com ele, os alunos têm a oportunidade de conhecer a história de ex-alunos da UFC, e ver onde eles chegaram pode ser uma fonte de inspiração para iniciarem seus próprios empreendimentos ou sigam a carreira dos seus sonhos.

Estudos anteriores tiveram este projeto como objeto de pesquisa. O estudo que será destacado aqui foi realizado por Cláudia Buhamra, Hugo Osvaldo e Mikael Pereira e publicado em 2024. Seu objetivo foi avaliar a participação da universidade na formação empreendedora. Para essa avaliação, foram selecionados 26 entrevistados que fundaram seus próprios negócios, egressos de diversos cursos da UFC, cujas empresas continuam ativas.

Este estudo obteve como resultado que os ex-alunos de Administração demonstram maior capacidade de aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos nas atividades de gestão que recaem sobre os empreendedores.

## **1.1 PROBLEMA DE PESQUISA**

Diante de tantos empreendedores e do crescimento desta prática, o seguinte questionamento pode ser feito: quais fatores motivam empreendedores a iniciarem seus negócios? E a resposta para essa pergunta depende de quem a responde, mas basicamente a pessoa pode ser motivada por fatores internos ou por fatores externos, ou até mesmo pela combinação de ambos.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GERAL**

Portanto, o principal objetivo deste trabalho é analisar os fatores intrínsecos e extrínsecos que motivaram ex-alunos da Universidade Federal do Ceará (UFC) a empreender.

### **1.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Analisar os fatores intrínsecos que levam o indivíduo a empreender, considerando se o mesmo possuía o desejo de empreender;
- Analisar os fatores extrínsecos que influenciaram o indivíduo a empreender, considerando se o mesmo foi incentivado pela família ou amigos ou se possuía um objetivo específico ou necessidade que o levou a empreender.

## **1.3 JUSTIFICATIVA**

O presente trabalho visa entender os fatores que motivam alguém a empreender, a importância disto se dá pelo fato de que de acordo com SEBRAE (2023), quando o empreendedor entende os seus propósitos e as causas para empreender, fica mais fácil superar os diversos obstáculos que surgem na jornada empreendedora.

Além disso, conhecer as motivações por trás de um empreendimento não apenas contribui para o sucesso futuro do negócio, mas também pode gerar identificação em outras pessoas. Compartilhar essas experiências e motivações pode inspirar e motivar outros a seguirem o caminho do empreendedorismo, contribuindo assim para a criação de novas iniciativas e o fortalecimento do mercado.

Portanto, este estudo é relevante tanto para a prática empreendedora quanto para a disseminação de conhecimento e inspiração para futuros empreendedores.

## **1.4 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa qualitativa documental, foram utilizadas 26 entrevistas, onde os entrevistados são empreendedores, ex-alunos da Universidade Federal do Ceará (UFC). Para método de escolha dessas entrevistas, foram selecionados somente aqueles que iniciaram seus empreendimentos do “zero”, ou seja, não assumiram empreendimentos já existentes.

As entrevistas foram extraídas do canal do YouTube “Experiências Inspiradoras”, cujo objetivo é compartilhar vivências como fonte de inspiração e networking para os alunos atuais, com foco em estudantes de diversos cursos..

Com essas entrevistas, foi analisado o motivo pelo qual os entrevistados empreenderam, separando-os nas seguintes categorias: “Objetivo específico ou necessidade” , “Incentivado por família/amigos” e “Desejo de empreender”.

Para fundamentar este estudo, foram utilizadas fontes de diferentes autores, incluindo estudos e pesquisas variados, para chegar às devidas conclusões.

## **1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO**

Além da introdução o presente trabalho se encontra dividido nas seguintes seções, a primeira é o referencial teórico e nela consta um ponto que explana sobre o empreendedorismo e sua história, seguindo para o surgimento e crescimento do empreendedorismo no Brasil e posteriormente no Ceará.

Após esta parte, são abordados os pontos referentes à motivação empreendedora, incluindo a explicação dos fatores intrínsecos e extrínsecos, além do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. Este segmento é finalizado com a apresentação de outros motivos pelos quais alguém empreende, além dos já mencionados.

Finalizando com a metodologia, onde se é explicado como foi feita a coleta e análise dos resultados que darão embasamento ao projeto, a seção dos resultados, onde constarão os resultados da pesquisa e por fim, as considerações finais.

## 2. EMPREENDEDORISMO

A palavra “empreendedorismo”, de acordo com Ruiz (2019), é uma expressão de origem francesa, “entrepreneur”, e refere-se àquele que assume riscos e inicia atividades. Atualmente o termo está muito ligado às questões econômicas, mas, como menciona Ruiz (2019), o ato de empreender é bastante antigo, e algumas figuras históricas exerceram esse papel, sendo, assim, consideradas empreendedores por terem se arriscado. Nesse contexto, destacam-se personagens importantes, como Marco Polo, o mercador italiano que estabeleceu rotas comerciais com o Oriente, e os líderes vikings que descobriram rotas para o Oeste e o Sul, entre outros.

Para Martins (2013), o empreendedorismo é um processo dinâmico e criativo, que envolve várias dimensões: individual, organizacional, ambiental, governamental e educacional. Adicionalmente, o processo empreendedor está sempre associado à incerteza, os riscos a que se têm que correr, particularmente quando envolve criar algo novo, como converter o conhecimento novo em produtos e serviços inovadores.

Dornelas (2008, p.22) afirma que “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” Empreender é estar em alerta as melhores oportunidades, mesmo que não haja necessidade alguma naquele momento, porém, quando tais oportunidades aparecerem deve-se estar preparado para correr riscos calculados e não perder um bom negócio (Vidigal, 2011).

Segundo Kumar e Ali (2010), o empreendedorismo é a descoberta de oportunidades lucrativas e a tomada de decisão em estudá-las, ter visão em uma oportunidade onde os outros percebem somente as contradições, caos e confusão. O processo empreendedor progride quando o empreendedor destaca suas qualidades de liderança, para os autores citados acima, o sucesso de todo empreendimento empresarial está ligado ao desenvolvimento de uma equipe com habilidades complementares e talentos, como também, a capacidade para trabalhar como uma equipe.

Segundo Arshad e Farooq (2018), o empreendedorismo é importante tanto para países em desenvolvimento quanto para os desenvolvidos, por ser considerado uma competência do século XXI para a inovação, a criação de empregos e o desenvolvimento econômico.

Uma das principais características do empreendedor é a criatividade, pois é necessário e importante perceber o que os demais não reparam, ou seja, ter visão diferenciada

do mercado (Dolabela, 2008). Já de acordo com Rosa et al. (2020), o ser empreendedor é aquele com capacidade de aplicar ações de mudança criativamente, reformulando e recriando produtos e ambientes, buscando oportunidades diferenciadas e assumindo os riscos, ele se mantém atento, preparado e informado.

A essência do empreendedorismo hoje em dia é a busca de oportunidades inovadoras. Para isso, as pessoas não precisam ter um dom especial, como se pensava no passado. Pelo contrário, qualquer pessoa pode aprender o que é ser um empreendedor de sucesso (Dornelas, 2002).

Em 1980, o Reino Unido foi um dos países que teve uma expansão na formação de programas para apoiar a criação de empresas com o principal objetivo de reduzir os índices de desemprego no país. Logo em seguida outros países da Europa vão utilizar estes métodos. Nesses programas, os principais objetivos eram de desenvolver a motivação e o compromisso, aumentar as capacidades, apoiar ideias no mercado e facilitar a obtenção de recursos adequados, físicos e financeiros (Gibb, 1987).

## 2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

De acordo com Dornelas (2008), o conceito intensificou-se no Brasil no final da década de 1990. Vários fatores tentam explicar o interesse pelo assunto, principalmente nos Estados Unidos, país onde se cunhou o termo *entrepreneurship*, conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, então, algo novo ou desconhecido.

Segundo Dolabela (1999), o primeiro curso na área do empreendedorismo surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do Professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”. Era na disciplina do Curso de Especialização em Administração para Graduados CEAG. Em 1984, o curso foi estendido para a graduação com o nome de “Criação de Novos Negócios–Formação de empreendedores”, e hoje é um caminho obrigatório para alunos da graduação.

O SEBRAE (2021) define empreendedorismo como a capacidade de uma pessoa identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade.

O Brasil teve seu primeiro surto industrial em 1880, quando do início ao fim dessa década os estabelecimentos industriais triplicam (Prado Júnior, 1976). Contudo, segundo Beni (2006), o empreendedorismo só muda de contexto no Brasil e ganha força na década de 1920, com a implantação e o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas possuindo autorização do governo.

A importância do empreendedorismo no país tem se tornado tão relevante que, conforme uma pesquisa realizada pelo GEM (Monitoramento de Empreendedorismo Global), em 2015 o Brasil atingiu a maior taxa de empreendedorismo da série histórica. Em cada dez brasileiros, entre 18 e 64 anos, quase quatro possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, visando criar um negócio (GEM, 2015).

De acordo com Taina (2022), o Brasil tem uma história empreendedora desde suas origens com as grandes navegações, e quando se fala de empreendedorismo no Brasil não se pode deixar de citar Barão de Mauá e Dom Pedro II.

Segundo Frazão (2019) Barão de Mauá (Irineu Evangelista de Sousa) (1813-1889) foi um industrial e político brasileiro. Pioneiro da industrialização no Brasil, foi um símbolo dos capitalistas empreendedores brasileiros do século XIX. Foi responsável por grandes obras, como um Estaleiro, a Companhia Fluminense de Transporte e a primeira estrada de ferro ligando o Rio de Janeiro à Petrópolis. Investiu, como sócio, nas ferrovias do Recife e de Salvador, que chegavam até o Rio São Francisco, entre vários outros empreendimentos.

Conforme o site, Pioneiros e Empreendedores, da FEA-USP, na década de 1850, o governo lançou convite aos empresários brasileiros para a promoção da navegação regular no rio Amazonas, antes que estrangeiros assumissem a primazia. Mauá foi o único a aceitar o desafio, criando a Companhia de Navegação do Amazonas. Em troca, recebeu o monopólio por 30 anos e um subsídio anual de 120 contos.

Já em relação a Dom Pedro II, segundo Silva (2022), ele incentivava fortemente o desenvolvimento da cultura, ciência e tecnologia no país, buscando formas de implementá-las com sucesso naquele contexto.

Segundo Beni (2006), o empreendedorismo no Brasil ganhou força na década de 1920, com a implantação e o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas, possuindo autorização do governo. Com a abertura da economia brasileira na década de 1990 o empreendedorismo volta a ser destaque com a implantação do SEBRAE (antes CEBRAE), tornando-se cada vez mais efetivo alavancando o desenvolvimento empresarial. A partir disso, várias empresas renomadas foram fundadas, como o Grupo Sadia e o Grupo Pão de Açúcar.

O Brasil é palco de muitos ícones na área do empreendedorismo, um exemplo seria o Alexandre Costa, fundador da Cacau Show, segundo Sebrae (2021), quando tinha 17 anos. Alexandre carregava trufas e bombons de chocolate no banco de trás do carro para vender em padarias e supermercados da Zona Oeste de São Paulo. Na época da Páscoa, pegou a lista de contatos dos antigos clientes dos pais e conseguiu 2 mil pedidos de ovos de 50g. O problema é que nenhum fornecedor fabricava o tamanho prometido por ele. Mesmo assim, o empreendedor não desistiu, foi em busca de solucionar o problema e conseguiu encontrar sua salvação: Cleusa Trentin, que também fabricava ovos caseiros e aceitou ajudá-lo durante três dias árduos de trabalho, todos os pedidos foram entregues como prometido e o pequeno lucro foi usado como capital inicial para a criação do seu empreendimento, a Cacau Show.

O exemplo citado anteriormente é só um dos muitos empreendedores que existem no Brasil e cada um com suas particularidades, sendo únicos na sua forma de criar e gerir seu empreendimento. Visto isso, Alves (2011) afirma que o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) diferencia empreendedores em função de sua motivação para ter um negócio próprio, separando-os entre empreendedorismo por oportunidade e por necessidade.

O empreendedorismo por necessidade, segundo o Sebrae, se dá quando não existem melhores alternativas de emprego e renda, abrindo um negócio para gerar rendimentos visando basicamente a sua subsistência e de suas famílias.

Em contrapartida, se tem o empreendedorismo por oportunidade que acontece quando os empreendedores identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda.

No Brasil, o empreendedorismo por oportunidade vem crescendo desde 2003, atingindo 57% população de empreendedores iniciais, percentual que equivale a cerca de 8 milhões de iniciativas (Alves, 2011).

Já Soares, Moura e Dias (2021) afirmam que, com essa nova geração de empreendedores, o governo tem criado medidas para incentivar o empreendedorismo no país, sendo uma delas o Microempreendedor Individual (MEI). Com isso, o empreendedorismo tem se consolidado no Brasil como um importante fator de desenvolvimento social e econômico, associado à geração de emprego e renda. A crise no mercado de trabalho é uma das principais razões para a formalização de pequenos negócios ser considerada, por cada vez mais pessoas, uma opção viável. Cabe ressaltar que, em 2020, a quantidade de Microempreendedores Individuais (MEIs) cresceu consideravelmente, ultrapassando 10 milhões de pessoas registradas.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO CEARÁ

Conforme o grupo de pesquisas Global Entrepreneurship Monitor (ou Monitoramento de Empreendedorismo Global), em 2014, na Região Nordeste, a taxa total de empreendedores - TTE (iniciais e estabelecidos), como percentual da população entre 18 e 64 anos, foi de 36,4%, a maior dentre as regiões brasileiras e superior à do Brasil (34,5%).

Um artigo publicado pelo Jornal da Paraíba em 2021 afirma que o Nordeste é a terceira região mais empreendedora do Brasil, Cerca de 1200 startups hoje se baseiam nessa parte do país, e esse número vem subindo nos últimos anos, impulsionado por iniciativas empreendedoras e diferentes centros de inovação espalhados pela região.

Ao falar sobre empreendedorismo no Ceará, é importante ressaltar algumas figuras históricas, como Pedro Philomeno Gomes. De acordo com Viana (2008), a Fábrica Iracema e a Fábrica São José foram dois empreendimentos industriais que lhe pertenceram, ambas localizadas em Fortaleza.

O empreendedorismo avança no Ceará com o registro de 104.640 novas empresas em 2023, das quais 78% foram abertas por Microempreendedores Individuais (MEI), conforme publicado pelo site de economia Movimento Econômico. Em 2020, foi realizado um projeto jornalístico chamado “A Força do Ceará”, que detalha as trajetórias de empresas cearenses que ganharam destaque nacional e até mesmo internacional em seus respectivos setores de atuação. Neste projeto, também é ressaltada a importância do North Shopping Fortaleza.

Em 2022, o empreendimento trouxe mais 51 operações para seu mix, incluindo o restaurante Coco Bambu, o qual é o primeiro da região Oeste de Fortaleza. Sozinha, essa operação gerou cerca de 150 vagas diretas e indiretas de emprego. Até o final do ano, o Nortão deve alcançar 61 novos espaços de comercialização, oferecendo cerca de 470 vagas de emprego.

### 3 MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA

Ao se deparar com tantas empresas, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte, vem o pensamento de como esse empreendimento nasceu ou até mesmo se questiona sobre o que levou o dono de determinada empresa a criá-la. As respostas para esses questionamentos são as mais variadas, já que o motivo que leva cada empreendedor a criar o seu próprio negócio é único.

Esse motivo em questão é o que move o empreendedor na sua jornada, segundo Archer (1997), um fator motivador é mais do que um simples objetivo, é algo que satisfaz uma necessidade. E de acordo com Robbins (2002), a motivação é responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de determinada meta.

A motivação também impactará diretamente na gestão do negócio. Martins (2013) corrobora com essa afirmativa quando diz que as motivações têm um papel preponderante no comportamento do indivíduo, uma vez que influenciam a direção e a persistência da ação, por exemplo, os empreendedores que criam um novo negócio com o intuito de ganhar mais dinheiro, têm provavelmente um comportamento diferente dos empreendedores que criam uma empresa para melhor conciliar as responsabilidades profissionais e familiares. Moore (1986) afirma que a decisão de se tornar empreendedor pode acontecer por acaso, em razão de afinidades pessoais, fatores externos, ambientais e sociais, ou ainda, do conjunto de todos esses fatores.

Todavia, os negócios não nascem do dia para a noite, a decisão de empreender é um processo. Para Salim (2004) a decisão de abrir o próprio negócio, muitas vezes vai amadurecendo, a partir dos acontecimentos pessoais e circunstâncias resultando na abertura da empresa.

Bernardi (2003) descreve algumas circunstâncias que podem levar o indivíduo a querer empreender, como, por exemplo, o indivíduo que demonstra traços de personalidade comuns do empreendedor nato, o herdeiro, o funcionário da empresa que sente ao longo da carreira um desequilíbrio e falta de reconhecimento, profissionais com características de empreendedor e dispõem de conhecimento sobre algum tipo de serviço ou produto, vendedores entusiasmados e pelo conhecimento adquirido sobre o mercado e experiência profissional, profissionais desempregados, funcionário que desenvolve um negócio ou se associa a outro ramo de atividade com um sócio capitalista ou até mesmo um profissional aposentado.

E diante destas circunstâncias o indivíduo pode se deparar com um desejo ou até mesmo uma necessidade de ter algo seu. Bergamini (1989) afirma que a motivação vem das necessidades de cada indivíduo, assim, estes não fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões. Isso porque o que envolve as escolhas e decisões pessoais está relacionada ao caminho de vida desde seu nascimento, considerando condições genéticas e sociais. Costa e Hesketh (1980) citam que um indivíduo, com certo nível de necessidade, tem todo o seu organismo orientado para a busca de meios para satisfazer tal necessidade, de sorte que toda a sua percepção, memória e inteligência estão voltadas para os gratificadores adequados.

Porém, essas necessidades podem variar de pessoa para pessoa e segundo Maslow (1973) estas necessidades podem ser alguns dos fatores que influenciam alguém a se tornar empreendedor, ele também aponta várias maneiras subjetivas para medir o nível de necessidade. Primeiro, o nível de autorrealização que pode ser percebida quando as reclamações são ser relativas à ineficiência ou imperfeição do mundo para com as pessoas. De modo geral, à falta de verdade, à injustiça e à desonestidade. O segundo nível é o fisiológico e neste nível se depara com reclamações referentes a perigo de vida, fadiga, fome, sede, más condições de moradia, falta de ar devida a problemas de ventilação ou ao tipo de trabalho, falta de conforto pessoal, manifestação do desejo de um lugar de trabalho seco e aquecido, uma posição mais confortável para o corpo durante o trabalho, boas condições de saúde, melhor pagamento. Passando para o terceiro nível, que está relacionado a segurança se depara com queixas relativas à segurança e estabilidade no trabalho, ao medo de ser despedido arbitrariamente, a não poder planejar o orçamento familiar devido à falta de garantia quanto à permanência no trabalho, à arbitrariedade do supervisor com respeito a possíveis indignidades a que o indivíduo tenha que se submeter para se manter no trabalho. Os dois últimos níveis descritos possuem um cunho mais relacionado aos sentimentos, sendo o quarto nível o de afiliação ou amor, onde se encontra reclamações pela falta de amigos no trabalho, pela falta de namorada(o) ou esposa(o), pela falta de relações afetivas com outras pessoas, de modo geral, por não pertencer a um grupo. E por fim, o último nível, que está ligado à estima e neste há uma insatisfação quanto à dignidade, ou seja, o medo de perdê-la.

A satisfação das necessidades descritas anteriormente é de vital importância para o ser humano. Segundo Lezana (2020), a incapacidade do indivíduo de satisfazer uma dessas necessidades aumenta sua motivação para buscá-la. Ou seja, a pessoa intensificará seu esforço para satisfazer uma necessidade insatisfeita. Caso todo esse esforço não a leve a atingir a satisfação, ela ficará frustrada.

No empreendedorismo há indivíduos que buscaram o ato de empreender como uma forma de satisfazer uma dessas necessidades, independente do nível, ou seja, são movidos pela recompensa. Com relação a esses empreendedores, se pode afirmar que a motivação deles possui características extrínsecas, ou seja, o que o orienta são elementos e situações do ambiente ao qual está inserida. Em contrapartida, se tem aquele que empreende movido por um desejo de realização pessoal, sendo assim o que o leva a empreender é algo que tem a ver com ele próprio, sem necessariamente a influência externa.

Contudo, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) utiliza outras duas classificações para os tipos de empreendedorismo, sendo elas o empreendedorismo motivado pela oportunidade e o motivado pela necessidade, onde o primeiro se dá quando os indivíduos identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda. Diferente do segundo, que ocorre quando a decisão de empreender vem por não possuírem melhores alternativas de emprego e renda, abrindo um negócio para gerar rendimentos visando basicamente a sua subsistência e de suas famílias.

### 3.1. FATORES INTRINSECOS E EXTRINSECOS

Conforme mencionado anteriormente o empreendedorismo pode estar ligado a uma motivação intrínseca ou extrínseca, em definição a estes Antonioli, Nicolli e Ramaciotti (2016) afirmam que as motivações intrínsecas dizem respeito à e compreendem aqueles incentivos intangíveis que estimulam endogenamente um indivíduo a realizar alguma tarefa. Entre as motivações intrínsecas podem ser reconhecidos vários elementos: interesse, reciprocidade, autodeterminação, necessidade de realização e assim por diante.

Pelo contrário, as motivações extrínsecas referem-se a fatores externos que afetam o comportamento do indivíduo e aos incentivos produzidos pelo desejo de obter um resultado. Na categoria de motivações extrínsecas, os estudiosos identificam recompensa monetária, reconhecimento, controle externo e assim por diante.

Ou seja, a motivação pode derivar de uma esfera de um fator totalmente ligado ao íntimo do indivíduo, como também pode derivar da influência do ambiente que o mesmo está inserido.

Chell (2008) destaca que, do ponto de vista psicológico, a personalidade empreendedora deriva de uma estrutura interna, tendo sido entendida como um construto. O autor afirma que são os traços de personalidade específicos que contribuem para avaliar os atributos pessoais e que tipificam as características do empreendedor. Ou seja, deriva íntima do indivíduo.

Do ponto de vista sociológico, Chell (2008) entende que o comportamento do empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades, que, juntas, conferem um sentido de legitimidade à personalidade empreendedora. Ou seja, o ambiente onde o indivíduo está inserido impacta fortemente a tomada de decisão na hora de empreender.

Para exemplificar os fatores intrínsecos, Bulgacov e Vicenzi (2012) apontam como fator motivador a necessidade de realização, desejo de independência, fuga da rotina profissional, maior responsabilidade e riscos, maior possibilidade de ganho financeiro, status e controle sobre a qualidade de vida.

Em contrapartida, para dar exemplo de fatores extrínsecos vem Baggio e Baggio (2015) que apontam como fatores que levam a empreender: Fatores ambientais: analisar e identificar oportunidades de negócios; Fatores sociológicos: possibilidade de ter um grupo de pessoas competentes com características semelhantes, influência de parentes ou modelos já desenvolvidos na família.

Visto isso surge o questionamento sobre o que de fato motiva o empreendedor, se é um fator interno ou externo. Alguns autores divergem neste ponto, como, por exemplo, David McClelland (1997) que desenvolveu a Teoria da Necessidade de Realização, pela qual assume uma representação social do indivíduo como um agente autônomo e único responsável pelo seu sucesso ou seu fracasso. Portanto, sua motivação está ligada ao impulso de obter sucesso nas atividades desenvolvidas, mais pela sua realização pessoal (intrínseca), do que pelo recebimento de recompensas externas (extrínseca).

Já Ubuntu Business (2022), parte do princípio que o ambiente extrínseco é visto como central para a medição da propensão ao empreendedorismo com base no impacto que tem no comportamento humano. Se o ambiente for excluído na medição do funcionamento humano, então a quantificação torna-se ineficaz.

Quanto a uma possível relação entre os dois fatores, também existem divergências entre os autores. Antonioli, Nicolli e Ramaciotti (2016) atestam isso ao afirmarem que frequentemente se descobre que motivações intrínsecas e extrínsecas funcionam em direções opostas em relação aos incentivos para realizar alguma tarefa. No entanto, alguns autores também identificaram situações em que ambos os tipos de incentivos podem ser complementares e se reforçar mutuamente.

Visto isso, percebe-se três cenários, o primeiro quando o motivo pelo qual o indivíduo em questão empreendeu por razões inerentes a ele, que surgiram do seu íntimo. Já o segundo se dá quando a razão vem de uma influência do ambiente ao qual está inserido, e por fim o terceiro cenário que se realiza com o conjunto dos dois fatores citados anteriormente.

Agora será apresentado um quadro composto pelos estudos já realizados na área, que servirão de embasamento para falar de fatores intrínsecos e extrínsecos. Em seguida se discorre sobre cada texto.

Quadro 1: Estudos realizados na área do empreendedorismo.

Artigo	Ano	Autor	Conclusão
Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-MG	2019	Castro, Braz e Freitas	Os principais motivos para empreender das participantes referem-se à realização pessoal, autonomia e flexibilidade de horário
Motivações que levam ao empreendedorismo versus satisfação com o desempenho organizacional: um estudo na indústria têxtil de Blumenau	2003	Hoeltgebaum, Loesch e Santos	Os empreendedores entrevistados realmente motivam-se mais por fatores não financeiros, visualizando os mesmos como consequência da direção tomada para a concretização de um objetivo
O que faz mover o Empreendedorismo Sênior: processo e fatores de influência	2020	Isabel Cristina Costa de Almeida Gomes	Uma das conclusões mais surpreendentes deste estudo foi a baixa relevância de fatores externos para a indução de motivações empreendedoras nos mais velhos.
A motivação empreendedora e a satisfação com o desempenho organizacional em empresas de pequeno e médio porte de Blumenau: uma análise da indústria local	2005	Dias e Hoeltgebaum	A frequência das respostas desta motivação é rapidamente percebida, porque esta se destaca com relação às demais. Percebe-se aqui, que os empreendedores que se incluem no universo desta pesquisa são motivados principalmente por fatores de ordem pessoal e não financeiros.
Fatores Determinantes do Comportamento Empreendedor de Concluintes do Curso de Ciências Contábeis	2022	Oliveira, Almeida, Perez, Slomski e Junior	A intenção de empreender dos futuros profissionais da Contabilidade investigados é condicionada não apenas por fatores pessoais, mas também econômicos, sociais e culturais.
Empreendedorismo: A influência dos familiares empresários nas motivações e no potencial empreendedor dos estudantes	2018	Carvalho <i>et al.</i>	Através do presente estudo se pode concluir que os estudantes com empresários na família têm mais vontade de ser trabalhadores autônomos, sentem-se mais capazes para criar uma empresa, têm mais de ideias de negócio e tendem mais a implementá-las comparativamente aos que não têm familiares empresários

Fonte: Elaborado pela autora com base em Castro, Braz e Freitas (2019), Hoeltgebaum, Loesch e Santos (2003), Gomes (2020), Dias e Hoeltgebaum (2005), Oliveira, Almeida, Perez, Slomski e Junior (2022) e Carvalho et al.(2018)

Estudos na área mostram que as motivações dos empreendedores variam conforme o contexto de cada indivíduo. No entanto, é possível identificar que todos compartilham um fator motivador, que pode ser interno, externo ou uma combinação de ambos.

Compreender essas motivações é fundamental para apoiar e direcionar novos empreendedores, ajudando-os a alinhar suas metas pessoais com as oportunidades que o

mercado oferece. Dessa forma, é possível fomentar um ambiente mais propício ao crescimento e à inovação, promovendo o desenvolvimento tanto pessoal quanto profissional.

### **3.1.1 FATORES EXTRÍNSECOS**

Conforme mencionado anteriormente, o empreendedor motivado por fatores extrínsecos é aquele que empreende com base no ambiente ao qual está inserido. Seguem algumas pesquisas que podem corroborar com esta afirmação.

No primeiro estudo analisado foi realizada uma pesquisa com um grupo de mulheres, onde a maioria se encontra na faixa de 31 a 40 anos, são casadas, 50% delas possuem filhos, possuem nível superior com pós-graduação, estão inseridas em áreas do meio feminino, são todas formalizadas e somente 50% possuem funcionários. Segundo Castro, Braz e Freitas (2019), dentre as participantes os principais motivos para empreender, referem-se à realização pessoal, autonomia e flexibilidade de horário. Assim, com base nos resultados se pode perceber que a busca principal é para obter uma melhor qualidade de vida.

De acordo com Jonathan (2005), em um estudo comparativo, donas de negócios próprios apresentaram maiores índices de satisfação do que executivas (Korn/Ferry, 2002). Ritmo de trabalho, quantidade mínima de interferência de terceiros e interesses pessoais satisfeitos são as principais fontes de satisfação diferenciada das empreendedoras, que se sentem muito comprometidas com seu trabalho. A maior satisfação das empreendedoras se deve ao ambiente do negócio próprio, que lhes proporciona reconhecimento por realizações e autoridade para fazer decisões de impacto, além de possibilitar o desenvolvimento de novas ideias e competências, e, em última análise, a atualização e realização de seus próprios valores e sonhos. Neste sentido, gostar intensamente daquilo que fazem, autonomia no trabalho e poder de decisão são aliados das empreendedoras no exercício dos múltiplos papéis, proporcionando-lhes um sentimento de autorrealização.

A questão financeira também pode ser destacada como um fator determinante na hora de empreender, Oliveira et al. (2021) realizou um estudo com 700 alunos regularmente matriculados no curso de Ciências Contábeis selecionado, no ano de 2019. Deste total de alunos, selecionou-se uma amostra inicial de 205 concluintes distribuídos em 4 turmas, sendo 1 turma do 6º período com 60 alunos, 2 turmas do 7º período com 100 alunos e 1 turma do 8º período com 45 alunos. Desta amostra, 116 alunos responderam os questionários sendo validados para a pesquisa.

O estudo concluiu que a intenção de empreender dos futuros profissionais da Contabilidade investigados é condicionada não apenas por fatores pessoais, mas também econômicos, sociais e culturais.

Outro fator que é válido ressaltar é a influência familiar. Foi isso que constatou Carvalho et al. (2018), com este estudo é possível concluir que os estudantes com empresários na família têm mais vontade de ser trabalhadores autônomos, sentem-se mais capazes para criar uma empresa, têm mais de ideias de negócio e tendem mais a implementá-las comparativamente aos que não têm familiares empresários. A existência de empresários no contexto familiar dos estudantes estimula as suas Motivações de Realização Familiar e Social e o seu potencial empreendedor.

### **3.1.2 FATORES INTRÍNSECOS**

Da mesma forma, os fatores internos também podem ser determinantes na hora de abrir um empreendimento e como visto anteriormente ele está atrelado à esfera pessoal, ou seja, ligado ao íntimo do indivíduo e a seguir há alguns estudos que corroboram este ponto.

O primeiro estudo analisado foi realizado com indivíduos que lançaram novos projetos empresariais na Região Centro de Portugal com 50 ou mais anos. Quanto aos resultados da pesquisa, de acordo com Gomes (2020), uma das conclusões mais surpreendentes deste estudo foi a baixa relevância de fatores externos para a indução de motivações empreendedoras nos mais velhos. Por outras palavras, o contexto e a cultura na qual estes se inserem têm pouca ou nenhuma influência no processo de decisão pela atividade empreendedora, e pela posterior condução dos negócios, tendo em muitos casos até o efeito contrário de desmotivação. Os resultados obtidos corroboram de forma inequívoca os estudos que invocam que os motivos que levam uma pessoa mais velha a querer manter-se ativa no mercado são mais baseados em fatores intrínsecos, como a satisfação pessoal, a vontade de ser autônomo em termos de decisão ou o tipo de trabalho.

Já na segunda pesquisa, segundo Dias e Hoeltgebaum (2005), percebe-se que os empreendedores incluídos no universo desta pesquisa são motivados principalmente por fatores de ordem pessoal e não financeiros.

A pesquisa foi realizada com 79 empresas com quantidade de empregados entre 49 e 499, onde 30 (amostra) foram as empresas que se disponibilizaram a responder o questionário, sendo estas fundamentalmente empresas de metalomecânica e construção civil. Todas essas empresas se localizam na região de Blumenau.

Por fim, o último estudo analisado possui uma amostra constituída por 81 empresas atuantes no ramo das Indústrias de Fiação, Tecelagem e Vestuário de Blumenau e Hoeltgebaum, Loesch e Santos (2003), o estudo identificou as principais motivações empresariais/empreendedoras que são a busca dos empreendedores em poder tomar suas próprias decisões, a segurança para o futuro dos membros da família, o aumento das vendas e lucros do empreendimento aberto, e de enfrentar o desafio estabelecido.

### **3.2 OPORTUNIDADE E NECESSIDADE**

Outros fatores que podem influenciar na hora de empreender são a oportunidade e a necessidade. Lezana (2004) conceitua necessidade como um desequilíbrio interno do indivíduo, ou a manifestação de um déficit, uma determinada carência; que ao surgir causa um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio. Ou seja, neste contexto o que levaria um indivíduo a empreender seria a necessidade de suprir determinada carência.

Segundo Bandeira e Silva (2023), boa parte das pessoas que se envolvem no empreendedorismo por necessidade é por não terem outra opção de trabalho e, tem conseqüentemente a necessidade de estarem economicamente ativas na sociedade, em contrapartida, conforme o GEM (2015), as pessoas motivadas pela oportunidade são movidos pela percepção de um nicho de mercado em potencial. E segundo Saks & Gaglio (2002), o reconhecimento dessas oportunidades de mercado é a principal ação do processo de empreendedorismo para alcançar o progresso econômico e seu desenvolvimento.

Nixdorff e Solomon (2005), definem o reconhecimento de oportunidades como um processo cognitivo que pode ser realçado com treinamento e educação. Em contrapartida, Lourenço e Jones (2006) afirmam que a educação para o empreendedorismo tem sido promovida como uma forma fundamental de melhorar o desempenho dos países desenvolvidos na Europa e na América do Norte, bem como nos países em rápido desenvolvimento, como o Brasil, a China e a Índia. Níveis mais elevados de empreendedorismo e inovação mais eficaz são considerados os principais motores do crescimento econômico. Mais ainda, dados trazidos por esses autores dizem que “apenas 4% dos estudantes em 2002 tornaram-se trabalhadores por conta própria após a conclusão do curso, embora um inquérito tenha indicado que 61% dos estudantes afirmaram que prefeririam trabalhar por conta própria.” Ou seja, pode-se perceber a vontade de se começar a empreender por uma maioria dos estudantes, mas uma parcela mínima decide iniciar algo.

Tanto o empreendedorismo por oportunidade quanto o por necessidade possuem comportamentos que são específicos da sua motivação, de acordo com Vale et al. (2014), o

empreendedor por oportunidade sempre está atento para explorar as novas oportunidades e descobrir novas formas de empreender, sendo pessoas que estão sempre com o pé a frente e conseguem enxergar oportunidades lucrativas e criativas. Já Bona (2019) quando fala do empreendedorismo por necessidade afirma que, em geral, os empreendedores por necessidade contam com pouca ou até nenhuma experiência no ramo empresarial, o que pode trazer maiores dificuldades, principalmente no início do negócio.

Contudo, vale ressaltar que de acordo com Bandeira e Silva (2023), ambos os tipos de empreendedorismo podem ser bem sucedidos se o empreendedor tiver uma visão clara e estratégias eficazes de negócios.

Outros autores discordam deste ponto, como Bandeira e Silva (2023), que afirmam que as chances do empreendedorismo por necessidade tendem a ser menores do que as de um empreendimento por oportunidade, por conta das circunstâncias desfavoráveis em que muitas vezes são iniciados, como falta de recursos financeiros, experiência limitada em negócios e falta de planejamento adequado.

O ambiente é um fator crucial que determina o tipo de empreendimento que irá surgir e consoante com o SEBRAE a crise é combustível para o surgimento de empreendedores. Moraes (2017) afirma que Países com baixo PIB per capita, pouco dinâmicos e onde a oferta de empregos assalariados é incipiente tendem a apresentar uma elevada taxa de empreendedorismo inicial por necessidade. Em contrapartida, nos países com mercados internos diversificados e dinâmicos, onde a oferta de empregos assalariados é expressiva ou que contam com uma rede de proteção social (seguro-desemprego, sistema de previdência social, etc.) fortemente estruturada e com maior potencial de inovação de bens e serviços tendem a apresentar taxas de empreendedorismo inicial por oportunidade relativamente mais alta.

Alguns irão empreender por enxergarem uma oportunidade de negócio, como, por exemplo, quando em 1940, durante a Segunda Guerra Mundial, segundo Santander (2021), houve a escassez de muitos alimentos, incluindo o cacau, foi aí que Pietro Ferrero criou o Grupo Ferrero, produzindo cremes de avelã, na época um produto disponível na Itália. Daí surgiu posteriormente a Nutella que, segundo a Ansa (2023) faturou mais de 14 bilhões de euros no ano encerrado em 31 de agosto de 2022.

Outros irão empreender por não existir outra saída, como é o exemplo do Alberto Saraiva, fundador do Habib's. Segundo Mamona (2013), Alberto almejava ser médico, porém com a morte do pai, ele precisou sustentar a família e acabou assumindo a padaria da família, após 16 meses de faturamento ele vendeu a padaria e voltou a estudar, contudo, ele já havia

tomado gosto por empreender, e quando se formou decidiu não atuar na área, mas continuar no seu empreendimento. Foi aí que Alberto deu oportunidade a um cozinheiro que dominava a culinária Árabe e assim em 1988 nasce o Habib's.

Os exemplos anteriores reforçam a importância do ambiente para o nascimento ou desenvolvimento do empreendedor. De acordo com Benavides Espinosa & Garcia (2004), outro fator motivador, de caráter sociocultural, quanto à necessidade de empreender, relaciona-se à busca de emprego. A escassez de postos de trabalhos e a sensação de futuro incerto podem exercer uma pressão no indivíduo motivando-o a criar seu próprio negócio como forma de assegurar-se financeiramente. Como, por exemplo, o caso brasileiro, onde muitas vezes, o empreendedorismo é impulsionado por necessidades.

Um fator que pode corroborar com este ponto é que de acordo com Amorim, Batista e Costa (2024) o relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, afirma que o Brasil teve uma maior variação da taxa de empreendedorismo em relação a outras economias passando de 30%, em 2019 para 53%, em 2020, ano da pandemia Covid-19.

Ainda segundo Amorim, Batista e Costa (2024) as ações empreendedoras surgiram como soluções e ideias criativas para preencher a lacuna causada pelo desemprego, garantindo o mínimo de dignidade e condições financeiras à população, já que a crise levou as pessoas a empreenderem por necessidade.

Como algumas histórias contadas em uma matéria realizada pela UOL em 2021. Uma dessas histórias é a de Rejane Santos, que após ser demitida passou a vender, em São Paulo, pratos típicos da culinária popular cearense.

Mas se surge a pergunta se a necessidade sozinha foi o fator motivador que levou muitos a empreenderem. Oliveira et al. (2024) afirma que diante dessa realidade da pandemia surgiram novas oportunidades de empreendimentos como delivery de alimentos, lojas virtuais, criação de conteúdo, marketing digital, entre outros. Alguns nichos de mercado que fora da pandemia seriam considerados inimagináveis, hoje vem se tornando uma necessidade do consumidor e uma oportunidade para os empreendedores.

Com essa constatação se vê que também existiu essa identificação de uma oportunidade no meio da crise, corroborando com a ideia de que as motivações podem se conectar entre si.

A seguir há um quadro que irá trazer alguns estudos sobre oportunidade e necessidade já existentes, que servirão de embasamento para este trabalho, posteriormente se discute sobre cada estudo.

Quadro 2: Estudos ligados à oportunidade e necessidade.

Artigo	Ano	Autor	Conclusão
Empreender por oportunidade versus necessidade: um estudo com empreendedores catarinenses	2007	Santo, Minuzzi, Garcia e Lezana	Os empreendedores catarinenses objeto da pesquisa, em sua maioria, abrem seus negócios pela identificação de uma oportunidade e não por uma necessidade de sobrevivência, salvo os da região Oeste
As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de macapá-ap	2017	Assunção, Queiroz e Costa	A hipótese de que a necessidade e/ou a oportunidade são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores é validada. Isso permite ponderar que necessidade e oportunidade são variáveis expressivas para explicar a inserção de novos empreendedores na referida região mercadológica
Empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade: um diagnóstico no município de naviraí - ms	2020	Ferreira	Os empreendedores destacam que se sentem motivados pela oportunidade de fazer o que gostam. Diante desses dados e relacionando-os com a teoria estudada é possível identificar que a maior parte dos entrevistados são empreendedores por oportunidade.
Microempreendedor individual: oportunidade ou necessidade?	2021	Tolentino e Ferreira	O empreendedor motivado pela necessidade financeira se destacou em mais aspectos que o motivado por oportunidade de empreender.
Avaliação das motivações para empreender na cidade do salvador em tempos de pandemia: necessidade x oportunidade	2022	Santos	A principal motivação para empreender na cidade de Salvador durante a pandemia da Covid19, foi por motivo de necessidade, devido ao alto índice de desemprego que assola o país e, particularmente, a Bahia.
Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender	2020	Bandeira, Amorim e Oliveira	As mulheres e homens empreendedores participantes deste estudo relataram como motivos principais para a abertura de seus negócios a identificação de oportunidades de trabalho, o desejo por autonomia e a atuação segundo seus valores pessoais. Ainda que as mulheres possam ter destacado também outros motivos para empreender mais amplos que a questão financeira em comparação aos homens, como é o caso da busca por equilíbrio família e trabalho é importante destacar que estes motivos não foram os mais frequentemente citados pelas empreendedoras.

Fonte: : Elaborado pela autora com base em Santo, Minuzzi, Garcia e Lezana (2007), Assunção, Queiroz e Costa (2017), Ferreira (2020), Tolentino e Ferreira (2021), Santos (2022) e Bandeira, Amorim e Oliveira (2020).

### **3.2.1 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE**

Para o primeiro estudo que dá embasamento ao empreendedorismo por necessidade foi realizado uma aplicação de questionários aos Microempreendedores Individuais residentes no município e obteve-se um retorno de 216 respostas. E segundo Tolentino e Ferreira (2021), o empreendedor motivado pela necessidade financeira se destacou em mais aspectos que o motivado pela oportunidade de empreender.

Já no segundo estudo foi aplicado um questionário no município e respondido por proprietários ou sócios, durante o período de 01 de outubro a 10 de dezembro de 2021, 50 empreendedores iniciais responderam à pesquisa.

E de acordo com Santos (2022), tendo como base os resultados obtidos através da pesquisa referente à motivação que levou as pessoas a iniciarem um empreendimento durante a pandemia na cidade do Salvador, pode-se constatar que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado. Através deles foi possível averiguar que a principal motivação para empreender na cidade do Salvador durante a pandemia da Covid-19, foi por motivo de necessidade, devido ao alto índice de desemprego que assola o país.

Por fim, com relação a um estudo realizado por Assunção, Queiroz e Costa (2017), dentre os fatores motivacionais percebidos a partir da necessidade, pode-se enfatizar a falta de indústrias, a pouca realização de concursos públicos e a não aprovação de muitos indivíduos nesses concursos e, conseqüentemente, da não inserção deles no terceiro setor econômico do Estado movido pela “economia do contracheque”.

### 3.2.2 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE

Segundo Santos et al. (2007), apesar de o GEM considerar o Brasil como um dos países com menor taxa de motivação de empreender por identificar uma oportunidade, no estado de Santa Catarina, os dados analisados mostram outra realidade. Os empreendedores catarinenses objeto da pesquisa, em sua maioria, abrem seus negócios pela identificação de uma oportunidade e não por uma necessidade de sobrevivência, salvo os da região Oeste.

De acordo com Santos et al. (2007), a pesquisa foi realizada por Ortigara (2006) em uma amostra de 1393 empresas registradas na Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC), entre 2000 e 2004. Desses dados utilizaram-se apenas as empresas que se encontravam em atividade.

Já com relação ao estudo realizado por Ferreira (2020), é possível a maioria dos entrevistados são empreendedores por oportunidade. A entrevista foi realizada com 21 empreendedores sendo (13) do sexo feminino e (8) do sexo masculino, a maioria (12) dos entrevistados com faixa etária entre 21 a 40 anos, a partir dos dados coletados com as entrevistas realizadas com empreendedores de diferentes ramos, e com um nível de escolaridade dividido em: empreendedores com especialização (4 pessoas), superior completo (4 pessoas), superior incompleto (4 pessoas), ensino médio incompleto (1 pessoa), ensino fundamental completo (1 pessoa), sendo a maioria (13 pessoas) com ensino médio completo.

Em um estudo realizado por Assunção, Queiroz e Costa (2017), foi constatado que outros elementos também foram percebidos na ótica da oportunidade, evidenciados pelos indivíduos que participam do setor de serviços, o qual tem um índice de 48% no Estado do Amapá, em que alguns não satisfeitos pela remuneração recebida, buscam o empreendedorismo como uma forma de complementação de sua renda. Nota-se, aqui, que eles não dependem primordialmente do empreendedorismo, mas que, nele, viram uma oportunidade de melhorar a sua estabilidade financeira.

Por fim, com relação a um estudo realizado por Amorim e Oliveira (2020), as mulheres e homens empreendedores participantes deste estudo relataram como motivos principais para a abertura de seus negócios a identificação de oportunidades de trabalho, o desejo por autonomia e a atuação segundo seus valores pessoais.

#### **4. OUTROS MOTIVOS QUE LEVAM A EMPREENDER**

Como visto anteriormente muitos são os motivos que levam alguém a empreender, porém, pessoas também podem servir de inspiração para outras na hora de empreender. Bosma (2012) afirma que não só os indivíduos podem funcionar como modelos, mas também grupos de pares de indivíduos, bem como redes, que conseguem influenciar as intenções empreendedoras. Geralmente, existem dois tipos de modelos, que são, em primeiro lugar, pessoas que o empreendedor não conhece pessoalmente, como ícones de indivíduos famosos, e pessoas que o empreendedor conhece, como pais, professores, colegas ou amigos.

A influência desde a infância vai além da escola, já que Carr e Sequeira (2007) explica que aqueles indivíduos, cujos pais criaram o seu próprio negócio, apresentam atitudes e comportamentos tendentes a ser de natureza empreendedora.

Além disso, argumentam que proporcionar aos seus filhos essa experiência de trabalho molda o caminho deles para o trabalho autônomo, por serem expostos ao conceito de empreendedorismo nas primeiras fases da sua vida. Esta exposição, então, forma valores e atitudes em relação à propriedade empresarial (Tamásy, 2005).

Outro fator motivador que se pode citar é a educação, não só a presença da educação como a falta dela também se mostra um fator. Essa afirmação é construída com base nas conclusões de Van der Zwan (2016) e Sahasranamam e Sud (2016). Ambos os autores elucidam sobre níveis mais baixos de educação entre empreendedores por necessidade. Além disso, ambos afirmam que, juntamente com os baixos níveis de educação, ocorrem frequentemente menos satisfação no trabalho e desempenho inferior. Isto se deve principalmente à falta de educação e, portanto, de competências educativas e à transição involuntária para o trabalho independente.

## 5. METODOLOGIA

Este trabalho tem por objetivo analisar os fatores intrínsecos e extrínsecos que motivaram os ex-alunos da Universidade Federal do Ceará (UFC) a empreender. O presente artigo é de natureza qualitativa e Merriam (1998) define a pesquisa qualitativa como algo que envolve a obtenção de dados descritivos na perspectiva da investigação crítica ou interpretativa e estuda as relações humanas nos mais diversos ambientes, assim como a complexidade de um determinado fenômeno, a fim de decodificar e traduzir o sentido dos fatos e acontecimentos, e isto será realizado no seguinte trabalho.

Já de acordo com Mineiro, Silva e Ferreira (2022), a pesquisa qualitativa consiste em uma abordagem de investigação que considera a conexão do sujeito com o mundo e suas relações, não desconsiderando a subjetividade dos participantes do estudo nem do pesquisador, entendendo que não é possível o desenvolvimento de um trabalho asséptico.

As entrevistas utilizadas foram retiradas de vídeos do projeto Experiências Inspiradoras, cujo objetivo é inspirar os alunos que ainda estão na universidade através da apresentação de entrevistas com ex-alunos sobre suas experiências profissionais, visando identificar suas áreas de atuação profissional e compartilhar suas experiências como fonte de inspiração e network para os alunos atuais. Tem como público-alvo alunos de cursos diversos, onde as entrevistas podem ser conferidas no canal do YouTube.

Para a análise de dados foram selecionadas 26 entrevistas, todas disponíveis no canal do YouTube. As entrevistas foram selecionadas levando em consideração os alunos que iniciaram os seus projetos do totalmente do “zero”. Para análise conta-se com o total de 26 entrevistados, sendo estes dos cursos de Geologia, Administração, Comunicação Social, Design de Moda, Estatística, Engenharia de produção, Publicidade e Propaganda, Economia, Direito e Dança. Como se pode ver na tabela a seguir.

Quadro 3: Relação de entrevistados com os respectivos empresas e cursos.

Entrevistado	Empresa	Curso
Saulo Luz	Geo Cariri	Geologia
Jonathan Herculano	Praiou e Tô de Praia	Administração
Jadeilson Feitosa	Blitz Intervenções	Comunicação Social
Érico Zanon	Cookie Mania	Administração
Guilherme Studart	Delfos	Administração
Amanda Magalhães	Vovó Quem Fez	Design de Moda
Renan Aguiar	Sorveteria San Paolo	Administração
Alyne do Vale	Papá pra Bebê	Administração
Leo Lacerda	Wave Accelerator e ADM School	Administração
Tatiana Teixeira	EMAZ	Administração
Amanda Merian e Débora Ferreira	Vixe Estatística	Estatística
Waleska e Aluísio Ramalh	Freeboard	Administração
Beto Ponte	Minuto Café e Conveniência	Administração
Sabrina Albuquerque	Criôla Feito à Mão	Design de Moda
Nathalia e Giovanna Gripp	Lasso Lingerie	Engenharia de Produção e Administração
Maurício Milhomem	PC4 e 3E Engenharia	Administração
Isadora e Davi	Snackout	Administração
Igor Pelúcio	Desenrolado	Publicidade e Propaganda
Hermes Filho	Talimpo	Economia
Diogo Padilha	Tortelê	Administração
Ana Paula Benício	Ubun3	Administração
Léo Ferreira	Designer de móveis	Arquitetura
Uli Batista	Linha de Prosa e Casa Prosa	Publicidade e Propaganda
Anderson Moraes	Agenda Edu	Direito
Vitória Almeida	Studio de Ballet Vitória Almeida	Dança
Karol Teodoro	Aconchego	Administração

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa

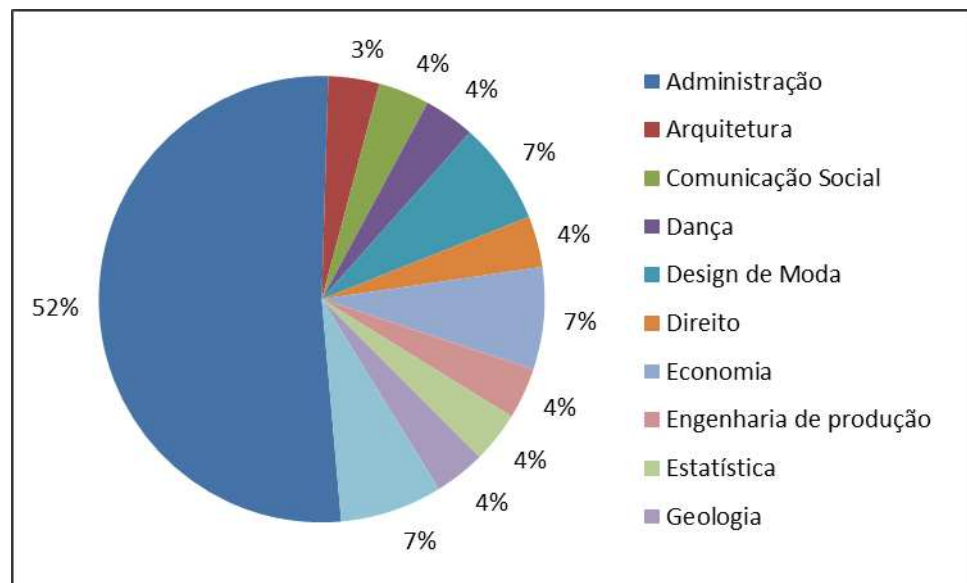
Cada entrevista foi vista duas vezes, sendo a primeira vez para identificar quais motivações se repetiam para que assim pudesse ser separado categorias, sendo assim foram encontradas três categorias de maior relevância, sendo elas “Objetivo específico ou necessidade”, “Incentivado por família/amigos”, “Possuía o desejo de empreender”.

Já na segunda vez que a entrevista foi vista, foi analisado conforme a fala de cada entrevistado em qual categoria cada um se encaixava, podendo se encaixar em mais de uma ou até mesmo em nenhuma, as categorias são “Objetivo específico ou necessidade”, “Incentivado por família/amigos”, “Possuía o desejo de empreender”. Após serem categorizados também foram retirados alguns recortes de falas que servem para dar embasamento a pesquisa.

## 6. RESULTADOS

Foram utilizadas 26 entrevistas de ex-alunos da UFC, composta pelos mais diversos cursos, dentre eles Geologia, Administração, Comunicação Social, Design de Moda, Estatística, Engenharia de produção, Publicidade e Propaganda, Economia, Direito e Dança. Como se pode ver no Gráfico 1:

Gráfico 1: Relação de entrevistados e cursos.



Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

As entrevistas analisadas neste estudo foram realizadas pelo projeto Experiências Inspiradoras, cujo objetivo é inspirar os alunos que ainda estão na universidade através da apresentação de entrevistas com ex-alunos sobre suas experiências profissionais, visando identificar suas áreas de atuação profissional e compartilhar suas experiências como fonte de inspiração e rede de relacionamentos para os alunos em processo de graduação. Tem como público-alvo alunos de cursos diversos onde as entrevistas podem ser assistidas no canal do YouTube cujo projeto tem por responsável a professora Cláudia Buhamra. Todos os ex-alunos selecionados nesta monografia possuem algo em comum, o fato de serem empreendedores.

Cada empreendimento e empreendedor são únicos da sua forma, já que eles vêm de cursos diferentes, passaram por experiências diferentes e cada um possui uma motivação específica que o levou a empreender. Portanto, a motivação para empreender também é caracterizada por particularidades da trajetória de cada entrevista. Contudo, a existência de elementos comuns nessas trajetórias possibilita uma categorização relacionada a compor um

grupo intrínseco ou um grupo extrínseco. Mas a essência da motivação, a história de vida que levou aquele empreendedor a está ali naquele momento é única, e isto fica claro ao analisar as experiências dos entrevistados, pois cada um vem contar como o seu empreendimento nasceu e como o desenvolveu, contudo, cada empreendedor também exprimirá ao longo das falas o mais relevante para esta pesquisa, que é o que motivou esses empreendimentos a surgirem.

De acordo com Vale et al. (2014), a busca mais sistemática dos motivos que levam indivíduos à determinada atividade produtiva iniciou a partir da década de 1950, influenciada, sobretudo, por contribuições geradas na área da psicologia.

Os motivos que levam alguém a empreender são os mais variados possíveis, Como cita Gouveia (2018), não existe um padrão lógico e definido para o processo de criação de novos empreendimentos.

Contudo, para conduzir esta pesquisa qualitativa foram definidas as três seguintes categorias: “Objetivo específico ou necessidade”, “Incentivado por família/amigos” e “Possuía o desejo de empreender”.

Sobre a primeira categoria, “Objetivo específico ou necessidade”, é percebida especialmente nos indivíduos que começaram a empreender pelo fato de possuírem um objetivo específico em mente que os motivaram, seja fazer uma viagem ou auxiliar a família, ou os casos onde o indivíduo possuía alguma necessidade, tal como estar em uma situação de desemprego, e viu uma alternativa no empreendedorismo para nutrir esta precisão.

E estas necessidades são o que movem o empreendedor, pois como cita Costa e Hesketh (1980) um indivíduo, com certo nível de necessidade, tem todo o seu organismo orientado para a busca de meios para satisfazer tal necessidade, de sorte que toda a sua percepção, memória e inteligência estão voltadas para os gratificadores adequados.

Este primeiro cenário pode ser enquadrado como fator extrínseco, pois o que motiva estes empreendedores são fatores ambientais, a busca por atingir determinado objetivo.

A segunda categoria é voltada para a influência daqueles que estão ao redor do indivíduo na hora da decisão de empreender, a categoria “Incentivado por família/amigos”, é uma característica daqueles indivíduos onde o incentivo da família, amigos e cônjuge foram fundamentais para início e perseverança no empreendedorismo.

Chell (2008) entende que o comportamento do empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades, os quais, juntos, conferem um sentido de legitimidade à personalidade empreendedora. Visto isso se pode afirmar que esta categoria se

enquadra em fatores extrínsecos, já que o ambiente ao qual o indivíduo está inserido exerce uma influência muito forte na hora de empreender.

Para exemplificar um pouco se pode pegar um trecho da fala do Aluísio Ramalho que é dono da marca Freeboard juntamente com a esposa Waleska “A gente se conheceu na faculdade e o histórico era esse de desenvolver habilidades para poder atuar desenvolvendo a carreira que foi do pai, tive a vontade de seguir os mesmos caminhos dele”.

Por fim, a última categoria analisada, “Possuía o desejo de empreender”, é identificada naqueles indivíduos que citaram na entrevista um desejo prévio em empreender, antes mesmo de qualquer incentivo externo. Esta categoria se enquadra como fator intrínseco. Bulgacov e Vicenzi (2012) apontam como fator motivador a necessidade de realização, desejo de independência, fuga da rotina profissional, maior responsabilidade e riscos, maior possibilidade de ganho financeiro, status e controle sobre a qualidade de vida.

É possível identificar este fator de forma bem clara em um trecho da fala da Amanda Magalhães da Vovó quem fez, ela conta: “No meu último estágio, a conclusão que tirei depois de tanto tempo estagiando, é que eu queria ter um negócio meu, que por mais que eu gostasse de trabalhar, eu pegava aquele tempo, aprendia, mas eu precisava ter algo que me motivasse que fosse meu mesmo, que eu quisesse levar para frente”.

Ressalta-se que ainda que sejam analisadas separadamente, essas categorias podem conversar entre si, como ilustra a Figura 1, onde em cada conjunto e intercessão há o número de entrevistados que se encontram categorizado:

Figura 1: Interação de categorias.



Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

A literatura apresenta divergências com relação à intercessão das motivações que levam o indivíduo a empreender. Antonioli, Nicolli e Ramaciotti (2016) atestam isso quando afirmam que se descobriu frequentemente que motivações intrínsecas e extrínsecas funcionam em direções opostas aos incentivos para realizar alguma tarefa. No entanto, alguns autores também identificaram situações em que ambos os tipos de incentivos podem ser complementares e reforçar-se mutuamente.

Esta pesquisa vem para reforçar este ponto, já que foram encontradas uma grande predominância da intercessão dos fatores, visto que dos 26 entrevistados, 14 estão inseridos em duas ou mais categorias.

Para exemplificar esta premissa se pode falar da entrevista da Alyne do Vale da empresa Papá para Bebê, a mesma cita em sua entrevista: “Sempre tive muita vontade de empreender, mas não encontrava aquilo que despertava aquele bichinho do empreendedorismo, queria ter uma coisa ou outra, mas não ia para frente porque não era aquele sonho. Até que como o mundo dá voltas, a maternidade acabou me dando uma nova profissão, depois que meus filhos nasceram comecei a sonhar com um modelo de negócio que virou de repente uma paixão que eu precisava executar”.

Pelo exemplo anterior se pode ver que ela tinha o fator intrínseco, que era o desejo de empreender, porém, o que fez com que ela executasse este sonho e deu a ideia do modelo de negócio foi um fator extrínseco, ou seja, o nascimento dos filhos.

Visto isso posteriormente foi analisada cada entrevista no intuito de categorizar os 26 indivíduos, conforme as categorias citadas anteriormente, todavia ocorreram determinados casos onde o indivíduo foi qualificado com mais de uma categoria, pois como já mencionado ao longo do texto cada motivação e empreendimento é único e não segue uma linha lógica para se desenvolver. Além disso, também houve casos de indivíduos distintos que não se encaixaram com nenhuma categoria analisada. A seguir será destrinchado sobre cada categoria para se conhecer um pouco mais sobre as motivações dos empreendimentos.

## 6.1 Motivação por objetivo específico ou necessidade

Esta categoria foi composta por indivíduos que não possuíam necessariamente o desejo de empreender, mas devido às circunstâncias empreenderam como uma forma de atingir um objetivo específico ou até mesmo pela necessidade. De acordo com Bezerra (2011), Para Fialho et al. (2007), a necessidade é uma condição de desequilíbrio no interior do empreendedor causada pela carência de algo, e que o dinamiza e predispõe para determinados tipos de comportamentos. Vale ressaltar que a necessidade não necessariamente pode ser causada por um fator financeiro, mas às vezes deriva de um desejo de realização.

A necessidade pode ser variável de acordo com cada indivíduo, analisando as entrevistas se pode identificar diferentes níveis de necessidades, desde o desejo de auxiliar a família, ao desejo de fazer uma viagem. O importante é a percepção que as necessidades, assim como as motivações, são individuais.

Visto isso, foram identificados 14 indivíduos que apresentaram na entrevista a categoria “Objetivo específico ou necessidade”, um pouco mais da metade. O que pode conduzir à conclusão de que uma boa parte dos empreendedores possui um objetivo claro pré-definido que conduz o rumo do seu empreendimento, lhe servindo de base para desenvolvê-lo ou uma necessidade encontrada em sua vida pessoal que levou o indivíduo a empreender.

Para exemplificar, o relato do empreendedor Jadeilson Feitosa, fundador da empresa Blitz Intervenções, diz: “Quando eu me graduei me vi em uma situação de ter dois irmãos menores de idade, uma mãe, eu era o primeiro filho a se graduar dos dois lados da família e a gente precisava trabalhar e sustentar a casa, então entrei em uma concorrência para fazer um evento corporativo de uma empresa daqui, se concorre com uma empresa em São Paulo e outra daqui de Fortaleza e eu não tinha nem CNPJ, era pessoa física total e a gente ganhou a concorrência.”, onde se pode ver claramente que a necessidade de prover para a família o impulsionou ao início de seu empreendimento mesmo com a pouca experiência.

O desenvolvimento da história do Jadeilson Feitosa no empreendedorismo perpassa pela necessidade de auxiliar a família, e esse é o caso de muitos empreendedores que muitas vezes não planejavam empreender, mas devido às circunstâncias acabaram optando pela via do empreendedorismo, por ser a mais viável que encontraram e muitas vezes também até a mais rentável.

Existem também outros atributos do empreendedorismo que acabam por fazer com que ele seja uma via atrativa, como a flexibilidade do horário, o que é muito difícil em

um regime CLT e também o fato de que você trabalha para si e isso acaba por gerar uma satisfação maior na hora de cumprir com as atividades.

Outra entrevista que é possível tomar como exemplo é a do Jonathan Herculano da Praiou e Tô de Praia, na sua fala ele cita: “Eu e a Larissa, minha namorada, tínhamos marcado uma viagem e reservamos pousada, passeio e tudo e chegando duas semanas antes da viagem, não tínhamos dinheiro e pensamos que tínhamos que fazer acontecer, então pegamos um dinheiro, compramos dez biquínis, abrimos um Instagram e vendemos os biquínis em dois dias e assim seguimos e conseguimos o dinheiro da viagem e voltando da viagem decidimos continuar”.

No caso do Jonathan não existia esse desejo de empreender, porém, ele possuía o objetivo de realizar uma viagem e precisava de recursos financeiros e nisso começou a empreender para atingir este objetivo, mas mesmo depois da viagem, permaneceu empreendendo.

Ainda é possível falar sobre o caso do Saulo Luz da Geo Cariri, que possuía um emprego, mas acabou sendo desligado e então decidiu investir todo o dinheiro que recebeu na sua rescisão no seu empreendimento. Saulo tinha a segurança de um emprego e só foi decidir empreender quando um fator externo como a demissão ocorreu e modificou tudo, e desta forma acontece com muitos empreendimentos, muitas vezes frente a uma crise as pessoas acabam por buscar o empreendedorismo, um fato que comprova isto foi o crescimento do número de empreendedores no Brasil durante a pandemia. Conforme o SEBRAE A pesquisa GEM 2020 mostrou que a taxa de formalização cresceu 69%, entre 2019 e 2020. O total de empreendedores com CNPJ, entrevistados na pesquisa, passou de 26% para 44%, o maior crescimento dos últimos quatro anos.

Algo que é possível perceber nas entrevistas do Saulo Luz, Jonathan Herculano e Jadeilson Feitosa é que todos são exemplos de empreendedores motivados por fatores extrínsecos, onde foi necessário um incentivo externo que impulsionasse a criação da empresa, seja esse incentivo a necessidade de ajudar a família, o desejo de fazer a viagem, ou mesmo uma situação de desemprego. Todos eles possuem este fator em comum, e neste caso eles se encaixam perfeitamente na categoria descrita, já que foram movidos ou por uma necessidade, ou um objetivo específico, resultando assim, na prática do empreendedorismo pelos mesmos.

## 6.2 Motivação por incentivo da família ou de amigos

Na categoria “Incentivado por família/amigos” foram identificados 15 indivíduos, o que também demonstra que a família e os amigos possuem um papel importante para o desenvolvimento do empreendedor.

Carvalho et al. (2018), confirmam este ponto quando revela que alguns estudos demonstraram que os estudantes com empresários na família tendem mais frequentemente a serem empreendedores. Eles citam que Mustapha e Selvaraju (2015) realizaram um estudo com estudantes universitários na Malásia cujos resultados indicaram que a maioria dos participantes com empreendedores na família manifestava o desejo de iniciar o seu próprio negócio, denotando uma percepção positiva sobre o empreendedorismo e uma maior motivação empreendedora, comparativamente aos estudantes sem familiares empresários.

A influência que a família exerce que muitas vezes é bem alta, porém a influência da família não são diretamente ligados aos fatores relacionados a criação, mas também das influências dos amigos e parceiros.

Neste ponto se pode destacar a entrevista com o empreendedor Érico Zanon, fundador da Cookie Mania, que diz: “Eu nunca tive vontade de ser empresário, a minha grande ideia de vida era realmente ser presidente de uma multinacional, seguir carreira profissional, mas a minha então namorada, hoje minha esposa tinha a sementinha do empreendedorismo e ela plantou essa sementinha em mim. Ela sempre falava comigo ‘Érico vamos abrir uma empresa’ ela não tem nada a ver com gestão, nem administração, faz medicina, mas tinha um grande sonho de abrir uma empresa e fez com que esse sonho também fosse meu.”.

Com a experiência do Érico Zanon, percebe-se a influência exercida pela namorada na hora em que foi tomada a decisão de empreender, já que o mesmo não possuía esse desejo, pelo contrário, o objetivo de vida dele era ser presidente de uma multinacional, mas o sonho da namorada despertou nele o desejo de empreender e assim nasceu a empresa.

Como já mencionado anteriormente, a família exerce um papel primordial na vida de alguém em todos os momentos da vida, pois lá estão as pessoas que passaram os valores ao indivíduo e são muitas vezes os exemplos de sucesso. Ideias e conceitos de felicidade são desenvolvidos na criação, sendo totalmente influenciado pelo ponto de vista do familiar que está mais próximo. E na hora de empreender não poderia ser diferente, muitas vezes a própria família dará o total apoio, incentivando a prática do empreendedorismo, como também o inverso pode acontecer e a família desmotivar o processo do empreendimento.

De acordo com Biasoli-Alves (2004), a família, desde os tempos mais antigos, corresponde a um grupo social que exerce marcada influência sobre a vida das pessoas, sendo encarada como um grupo com uma organização complexa, inserido em um contexto social mais amplo com o qual mantém constante interação.

Segundo Drummond e Filho (1998), o grupo familiar tem um papel fundamental na constituição dos indivíduos, sendo importante na determinação e na organização da personalidade, além de influenciar significativamente no comportamento individual através das ações e medidas educativas tomadas no âmbito familiar.

Exemplificando um pouco sobre os empreendimentos influenciados pela família se pode citar o exemplo do Hermes Filho da empresa Talimpo, o mesmo cita em sua entrevista: “Minha irmã foi morar em São Paulo e meu pai teve a ideia de empreender para trazer ela de volta, então montamos uma pequena unidade da Talimpo, vizinho da faculdade, fazíamos detergente para louça, lava roupa, amaciante, água sanitária”.

Com o relato do Hermes Filho se pode ver que o seu pai exerceu uma forte influência sob ele na hora de empreender, já que o desejo do pai era trazer a irmã de Hermes de São Paulo e a via que ele encontrou para suprir essa necessidade foi o empreendedorismo, já o nosso entrevistado Hermes Filho, foi com o mesmo intuito, porém influenciado pelo pai.

### 6.3 Motivação pelo desejo de empreender

Esta categoria é destinada aqueles que já possuíam o desejo de empreender antes e esta é a motivação principal deles, o desejo pelo novo. De acordo com Baggio e Baggio (2014), um dos fatores motivares são analisar e identificar oportunidades de negócios ou a possibilidade entrar um projeto.

Bulgacov e Vicenzi (2012) que apontam como fator motivador a necessidade de realização, desejo de independência, fuga da rotina profissional, maior responsabilidade e riscos, maior possibilidade de ganho financeiro, status e controle sobre a qualidade de vida.

Nesta categoria foram identificados apenas 9 indivíduos, o que pode indicar que para o empreendedor este desejo prévio de já querer empreender não seria um ponto decisivo ou um fator intrínseco. Também foi identificado que dos indivíduos desta categoria apenas um apresentava somente ela, ou seja, se pode concluir que somente o fator querer empreender sem um objetivo ou incentivo não motivaria suficientemente o empreendedor, mesmo que o ato de empreender seja um fator motivador.

Porém, ainda é possível que o desejo de empreender seja o principal fator motivador, um trecho da entrevista do empreendedor Renan Aguiar, fundador da San Paolo, exemplifica bem este ponto: “Isso é repetitivo, mas o que me inspira é empreender, esse sentimento que você tem empreendendo é muito bom e vicia e felizmente ou infelizmente, passa rápido e você está constantemente buscando esse sentimento”.

Com a fala do Renan Aguiar se pode perceber que a inspiração dele não está ligada a um fator externo ou a uma circunstância da vida, mas ao simples desejo de empreender, ao sentimento que o mesmo possui ao empreender e esse sentimento o motiva.

Outro exemplo que se pode citar é o do Léo Ferreira, Designer de móveis, “Na faculdade eu gostava de projetar, fazer casas e prédios, e decidi tentar fazer um móvel, pegava o dinheiro que sobrava do estágio e comprava ferramentas, e fui gostando, montei uma oficina em casa, comecei explorando madeira, solda, ferro e aço e por ai foi, depois de um tempo já tinha algumas coisas feitas, um portfólio de projetos, mas ainda longe de um controle criativo. Nesta época já vendia móveis para os colegas, mas vendia pouquinho”.

O Léo Ferreira é um exemplo de empreendedor que gostava da atividade que estava exercendo e era exatamente isso que o motivava, então o mesmo empreendeu para continuar produzindo os materiais que gostava de produzir.

E estes são os empreendedores que empreenderam pelo simples desejo de empreender, tanto o Renan quanto o Léo se enquadram neste aspecto.

## 7 CONCLUSÃO

Este trabalho teve por objetivos analisar os fatores intrínsecos e extrínsecos que influenciam os indivíduos a empreenderem para isso foram coletados dados de 26 entrevistas e após esta coleta as entrevistas foram analisadas e cada indivíduo foi categorizado em até três pontos: objetivo específico ou necessidade, incentivado por família e amigos e possuía o desejo de empreender, a fim de identificar a existência ou não existência de uma predominância de fatores, bem como analisar a importância e os contextos externos que incentivaram o indivíduo a empreender.

Tendo obtido como resultado da análise uma maior relevância das categorias de objetivo específico e incentivo da família e amigos para os empreendedores da pesquisa, e estas categorias estão relacionadas aos fatores extrínsecos, já que para motivar os empreendedores foram necessários incentivo de familiares ou amigos ou alguma situação externa onde foi necessário empreender para atingir determinado objetivo ou remediar algum problema.

Sendo assim se pode chegar a conclusão de que tais categorias externas possuem uma predominância que as categorias relacionadas a fatores internos. Corroborando com a citação de Ubuntu Business (2022) onde o mesmo parte do princípio que o ambiente extrínseco é visto como central para a medição da propensão ao empreendedorismo com base no impacto que tem no comportamento humano. Se o ambiente for excluído na medição do funcionamento humano, então a quantificação torna-se ineficaz.

A partir dessa análise, é possível concluir que os fatores externos, têm um impacto mais significativo na decisão empreendedora do que os fatores internos. Contudo, ressalto que ambos os fatores possuem uma importância para o empreendedor e não existe fórmula para quem quer empreender e nem se pode determinar uma motivação sendo mais importante que outra. Entretanto, esses resultados sugerem que o ambiente social e as circunstâncias externas desempenham um papel crucial na formação das decisões empreendedoras, sendo determinantes para o nascimento do empreendimento.

Estes resultados também destacam a importância de estudar e compreender esses aspectos externos, já que entendendo é possível a criação ou adoção de ações que incentivem o empreendedorismo.

Em síntese, este estudo revela que, para os empreendedores pesquisados, os fatores externos frequentemente têm uma influência predominante sobre os fatores internos, destacando a necessidade de um ambiente favorável e de suporte social para estimular e sustentar a atividade empreendedora e assim movimentar a economia.

Este incentivo é de vital importância, sobretudo nas universidades, e de acordo com Romero et al.(2024), a UFC tem avançado com a criação do Centro de Empreendedorismo da UFC (CEMP), programa de extensão coordenado pelo Prof. Abraão Greires, que vem conquistando prêmios e o reconhecimento do mercado. Incentivando assim cada vez mais alunos a serem empreendedores.

Fora o programa citado anteriormente, não posso deixar de ressaltar a importância do projeto experiências inspiradoras, que inspira diversos estudantes de diversos cursos da UFC a seguirem este caminho que é árduo, mas, ao mesmo tempo, muito gratificante.

Uma linha de pesquisa futura relevante seria investigar como os fatores motivadores, tanto internos quanto externos, impactam o sucesso a longo prazo dos empreendedores. Esse estudo poderia analisar o desempenho em diferentes contextos e a evolução das expectativas dos empreendedores ao longo de suas jornadas. Compreender essas dinâmicas pode oferecer insights valiosos sobre como maximizar o potencial empreendedor e contribuir para a sustentabilidade e inovação nos negócios.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Lúriston Pinheiro Plínio. **O impacto do empreendedorismo nordestino na economia brasileira.** *Jornal da Paraíba*, 2021. Disponível em: <https://jornaldaparaiba.com.br/economia/mercado/o-impacto-do-empreendedorismo-nordestino-na-economia-brasileira>. Acesso em: 20 set. 2024.
- ARSHAD, Muhammad, FAROOQ, Omer. **The role of entrepreneurship education in developing a passion for business.** *Global Business and Organizational Excellence*, 2018.
- A força do Ceará: histórias do empreendedorismo no estado.** o povo, 2020. Disponível em: <https://especial.opovo.com.br/aforcadoceara/#:~:text=Projeto%20A%20For%C3%A7a%20do%20Cear%C3%A1%20entra%20no%20universo%20da%20ind%C3%BAstria,%2C%20caf%C3%A9%20malte%20e%20soja> Acesso em: 20 set. 2024.
- ARCHER, E. R. O mito da motivação. In: BERGAMINI, C., CODA; R. (Org.). **Psicodinâmica da vida organizacional – Motivação e liderança.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997. BERGAMINI, C. W. **Motivação nas organizações.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ASSUNÇÃO, Aléxia Galvão; QUEIROZ, Filipe Dos Anjos; COSTA, Robson Antônio Tavares . **As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-ap.** Amapá, 2017.
- ALVES, Lucinéia. **Educação à distância: conceitos e história no Brasil e no mundo.** *Universidade Federal do Rio de Janeiro.* Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: [http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista\\_PDF\\_Doc/2011/Artigo\\_07pdf](http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista_PDF_Doc/2011/Artigo_07pdf) . Acesso 22 de set. 2024.
- ANTONIOLI, Davide; NICOLLI, Francesco; RAMACIOTTI, Laura. **The Effect of Intrinsic and Extrinsic Motivations on Academics' Entrepreneurial Intention.** 2016. Disponível em: [https://researchgate.net/publication/309694348\\_The\\_Effect\\_of\\_Intrinsic\\_and\\_Extrinsic\\_Motivations\\_on\\_Academics'\\_Entrepreneurial\\_Intention](https://researchgate.net/publication/309694348_The_Effect_of_Intrinsic_and_Extrinsic_Motivations_on_Academics'_Entrepreneurial_Intention) . Acesso em: 22 set. 2024.
- BIASOLI-ALVES, Z. M. M. Pesquisando e intervindo com famílias de camadas diversificadas. In: C. R. Althoff, I. Elsen & R. G. Nitschke (Orgs.), **Pesquisando a família: olhares contemporâneos** (pp. 91-106). Florianópolis: Papa-livro. 2004.
- BANDEIRA, Patrícia Bock ; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell De . **Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender.** Brasília: 2020.
- BATISTA, Cristiane Henrique; COSTA, Simone Teles Da Silva ; AMORIM, Dênia Aparecida De . **O crescimento do empreendedorismo motivado pela pandemia COVID-19.** 2024.
- BENAVIDES ESPINOSA, M. D. M. & GARCIA, I. S. **El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados.** 2004.

BEZERRA, Wilian Queiroz. **Empreendedorismo: o perfil empreendedor por necessidade, por outra perspectiva, um estudo no segmento de confecção.** Fortaleza, 2011

BONA, André . **Empreender por oportunidade ou necessidade?. Negócios e tecnologia,** 2019. Disponível em:<https://andrebona.com.br/empreender-por-oportunidade-ou-necessidade/#:~:text=Em%20geral%2C%20os%20empreendedores%20por,dedica%C3%A7%C3%A3o%20e%20disposi%C3%A7%C3%A3o%20em%20aprender> . Acesso em: 21 set. 2024.

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil.** São Paulo (SP): Aleph, 2006

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão.** São Paulo: Atlas, 2003.

BERGAMINI, C. W. **Motivação.** São Paulo: Atlas, 1989

BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. **Id on line Revista de psicologia**, v. 17, n. 66, p. 190-208, 2023.

BAGGIO, A. F., & BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, 2014.

BOSMA, N. **The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurship Research, Global Entrepreneurship Monitor Working Paper Series 1201,** Global Entrepreneurship Research Association, 2012.

CASTRO, Juliana Cunha Da Silva; BRAZ, Andreza De Freitas ; FREITAS, Daiane Miranda De . **Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de viçosa-MG.** Empreendedorismo, Gestão e Negócios, 2018.

CHELL, Elizabeth. The nascent entrepreneur, business development and the role of human resources. In: Barrett & S. Mayson. **International handbook of entrepreneurship and hrm** (pp. 21-46). Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

**Conheça 6 empresas que surgiram em tempos de crise.** Santander, 2021. Disponível em: <https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/empreendedorismo/empresas-que-surgiram-em-tempos-decrise/#:~:text=J%C3%A1%20em%201940%2C%20durante%20a,um%20produto%20dispon%C3%ADvel%20na%20It%C3%A1lia>. Acesso em: 21 set. 2024.

CARR, J. C., & SEQUEIRA, J. M. **Prior Family Business Exposure as Intergenerational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach.** Journal of Business Research, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999.

DIAS, Nicole; HOELTGEBAUM, Marianne. **A motivação empreendedora e a satisfação com o desempenho organizacional em empresas de pequeno e médio porte de Blumenau: uma análise da indústria local.** Blumenau, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo.** Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008

**Entender os motivos para empreender é o segredo do sucesso.** SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entender-os-motivos-para-empreender-e-o-segredo-dosuccesso,160adc8c83575810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Quando%20o%20empreendedor%20entende%20os%20seus%20prop%C3%B3sitos%20e%20as%20causas,uma%20transportadora%20em%20Nova%20York>. Acesso em: 19 set. 2024.

EVANGELISTA, João Marcos Fernandino; BRAGA, Leandro Garcia; VALADARES, Gustavo Clemente; MAIA, Paula Lopes De Oliveira. **Motivações para o empreendedorismo: oportunidade ou necessidade refletem completamente as nuances das motivações para a criação de novos negócios?.** **Revista Eixos Tech**, v. 10, n. 1, 2023.

**Empreendedorismo brasileiro: quais são os desafios e as oportunidades.** SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-brasileiro-quais-sao-os-desafios-e-as-oportunidades,829bbbd38f896810VgnVCM1000001b00320aRCD>. Acesso em: 22 set. 2024.

FIALHO, F.A.P. et al. **Empreendedorismo na era do conhecimento.** Florianópolis: Visual Books, 2007.

FILHO, Hélio Caetano Drummond ; DRUMMOND, Marina Canal Caetano . **Drogas: A busca de respostas.** São paulo: Loyola, 1998.

FONTELLES, Mauro José ; SIMÕES, Marilda Garcia ; FARIAS, Samantha Hasegawa ; FONTELLES, Renata Garcia Simões . **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa.** Pará: 2009.

FERREIRA, Nayara De Oliveira Quintas. **Empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade: um diagnóstico no município de Naviraí - MS.** Naviraí, 2020.

FRAZÃO, Dilva. **Barão de Mauá: Industrial e político brasileiro. e biografia,** 2019. Disponível em: [https://www.ebiografia.com/barao\\_maua/](https://www.ebiografia.com/barao_maua/) . Acesso em: 20 set. 2024.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. **A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo.** **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.3, 2016.

GOMES , Isabel Cristina Costa De Almeida. **O que faz mover o Empreendedorismo Sênior: processo e fatores de influência.,** 2019.

GIBB, Allan Gibb. **Enterprise Culture and its Meaning and Implications for Education and Training.** Local: Journal of European Industrial Training, 1987

HOELTGEBAUM, Marianne ; LOESCH, Cláudio; SANTOS, Rafael Dos . **Motivações que levam ao empreendedorismo versus satisfação com o desempenho organizacional: um estudo na indústria têxtil de Blumenau.** Santa Catarina, 2003.

HESKETH , José Luiz; COSTA, Maria T. P. M. . **Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho.** Rio de Janeiro, .1980.

**Histórias de sucesso marcam o lançamento da Feira do Empreendedor 2021.** Sebrae, 2021. Disponível em:<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/historias-de-sucesso-marcam-o-lancamento-da-feira-do-empendedor-2021,7ae1900ebba5c710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Somente%20em%202021%2C%20a%20Cacau,atrav%C3%A9s%20de%20experi%C3%AAs%20de%2080%20de%20comenta..> Acesso em: 20 set. 2024.

IBQP. **GEM 2015 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.** Sebrae, 2016. Disponível em:[https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/GEM%20-%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor/Apresentacao%20GEM%202015\\_PPT\\_COMPLETO.pdf](https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/GEM%20-%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor/Apresentacao%20GEM%202015_PPT_COMPLETO.pdf) . Acesso em: 22 set. 2024.

IBQP. **GEM 2005 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.** Sebrae, 2006. Disponível em:[https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/GEM%20-%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor/Apresentacao%20GEM%202015\\_PPT\\_COMPLETO.pdf](https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/GEM%20-%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor/Apresentacao%20GEM%202015_PPT_COMPLETO.pdf) . Acesso em: 22 set. 2024.

JUNIOR , Caio Prado. **História econômica do Brasil.** Editora brasiliense, 1976

KUMAR, Sushil. ALI, Jabir. **Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process.** *Journal of Small Business and Enterprise Development.* Vol. 17 No. 3, 2010

LEZANA , Ricardo . **Teorias Motivacionais. Perspectiva,** 2022. Disponível em: <https://blog.academiaperspectiva.com/teorias-motivacionais/> . Acesso em: 22 set. 2024.

LOURENÇO, Fernando ; JONES, Oswald . **Developing Entrepreneurship Education: Comparing Traditional and Alternative Teaching Approaches.** Manchester: 2006.

LEVIE, Jonathan. **Entrepreneurship education in higher education in England: A survey.** Department for Education and Employment London. London Business School, 1999.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** 1. ed. Editora Saraiva, 2017

LEZANA, A. G. R. **Fundamentos do empreendedorismo.** Florianópolis: UFSC/PPGEP. Proferido em aula, out. 2004.

**Mauá. Pioneiros e empreendedores,** 2019. Disponível em: <https://pioneiros.fea.usp.br/maua/#:~:text=Na%20d%C3%A9cada%20de%201850%2C%20o,Companhia%20de%20Navega%C3%A7%C3%A3o%20do%20Amazonas..> Acesso em: 20 set. 2024.

MOORE, C. (1986). **Understanding entrepreneurial behavior: A definition and model.** *Academy of Management*, 1, 66-70.

MARTINS, Maria Inês Mota Vieira . **Avaliação de sucesso na perspectiva do empreendedor.** 2013.

MASLOW, A. H. **A theory of human motivation.** *Psychological Review*, 50: 390-6, 1943.

McCLELLAND, D.C.; BURHAM, D. H. O poder é o grande motivador. In: VROOM, V.H.(Org.) **Gestão de pessoas, não de pessoal.** Rio de Janeiro: Campus, 1997.

ROBBINS, Stephen P. *Comportamento Organizacional.* São Paulo: Prentice Hall, 2002.

MORAES, Ivandro Rosa De . **Oportunidade ou necessidade?.** Sebrae, 2017. Disponível em: <https://sebraers.com.br/momento-da-empresa/oportunidade-ou-necessidade/> . Acesso em: 21 set. 2024.

MAMONA, Karla Santana . **Um médico e 600 milhões de esfihas: conheça a história do fundador do Habib.** UOL, 2013. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/infomoney/2013/07/30/um-medico-e-600-milhoes-de-esfihas-conheca-a-historia-do-fundador-do-habibs.htm>. Acesso em: 21 set. 2024.

MARCONDES, Luciana Passos *et al.* **Empreendedorismo: Estratégia de sobrevivência para pequenas empresas.** 2. ed. Saraiva Uni, 2018.

MACHADO, Camila Gonçalves; COSTA, Simone Teles da Silva; AMORIM, Dênia Aparecida de; BORGES, Mayara Abadia Delfino dos Anjos e; FERNANDES, Cleidiane Gomes de Souza. Marketing Digital como Fator do Sucesso de Micro e Pequenas Empresas Durante a Pandemia. In: AMORIM, Dênia Aparecida de; COSTA, Simone Teles da Silva (orgs). **COVID 19: Estratégias para Sobrevivência Empresarial - Volume 1.** Monte Carmelo: Editora FUCAMP, 2022. Disponível em: [https://www.unifucamp.edu.br/wp-content/uploads/2022/10/Ebook\\_CovidVol1.pdf](https://www.unifucamp.edu.br/wp-content/uploads/2022/10/Ebook_CovidVol1.pdf). Acesso em: 22 set. 2024.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education.** São Francisco, CA: Jossey-Bass, 1998

MINEIRO, Márcia ; SILVA, Mara A. Alves Da ; FERREIRA, Lúcia Gracia . **Pesquisa qualitativa e quantitativa.** Momento, 2022. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/momento/article/view/14538>. Acesso em: 22 set. 2024.

MUSTAPHA, Mazlina ; SELVARAJU, Maitilee . **Atributos pessoais, influências familiares, educação empreendedora e inclinação empreendedora entre estudantes universitários.** 2015.

NIXDORFF, J. SOLOMON, G. **Role of opportunity recognition in teaching entrepreneurship.** Proceedings of the 2005 50th World Conference of ICSB. Washington, DC: Crystal Gateway Marriott, 2005.

OLIVEIRA, Aline Lopes; ALMEIDA, Caroline De Oliveira; PEREZ, Gustavo; SLOMSKI,

Vilma Geni ; JUNIOR, Antonio Vicente Tavares De Souza. **Fatores Determinantes do Comportamento Empreendedor de Concluintes do Curso de Ciências Contábeis.** 2022.

OLIVEIRA, Isaac De; BUSINARI, Maurício . **Pandemia leva desempregados a abrir negócio por necessidade, não vocação..** UOL, 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2021/06/29/pandemia-leva-desempregados-empreender-por-necessidade.htm#:~:text=Esse%20movimento%2C%20tamb%C3%A9m%20chamado%20de,em%20mar%C3%A7o%20do%20ano%20passado.> Acesso em: 21 set. 2024.

OLIVEIRA, Alessandra Jakobowski; FERREIRA, Gabrielly Sampaio ; SOUZA, Adalberto Dias De ; JESUS, Marcos Junio Ferreira De ; OLIVEIRA, Eloisa Paula De . **Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade: influência da pandemia do COVID-19 nas micro e pequenas empresas.** 2024.

ROMERO, Cláudia Buhamra Abreu ; REINALDO, Hugo Osvaldo Acosta ; CASTRO, Mickael Pereira. **Experiências inspiradoras: a avaliação de ex-alunos sobre a participação da universidade na sua formação empreendedora.** Florianópolis: XLVIII Encontro da ANPAD, 2024.

ROBBINS. P. Stepen. **Comportamento organizacional** .Rio de janeiro: LTC livros técnicos e científico, 1999.

ROSA, Leonardo ; BETTINGER, Eric ; CARNOY, Martin ; DANTAS, Pedro . **The effects of public high school subsidies on student test scores.** Pernambuco, 2020.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2019.

SALIM, César Simões et al. **Administração empreendedora: teoria e prática usando o estudo de casos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004

SAKS, N. T. & GAGLIO, C. M. **Can opportunity identification be taught? Journal of Enterprising Culture**, v. 10, n. 4, p. 313, 2002

SANTOS, Paulo Da Cruz Freire Dos ; MINUZZI , Josiane ; GARCIA, Janaína Renata ; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas Lezana. **Empreender por oportunidade versus necessidade: um estudo com empreendedores catarinenses,** 2007.

SANTOS, Taylene Xavier Dos . **Avaliação das motivações para empreender na cidade do salvador em tempos de pandemia: necessidade x oportunidade.** Salvador. 2022.

SILVA, Taina Da. **Origem do Empreendedorismo no Brasil. Instituto Dom,** 2022. Disponível em: <https://www.institutodom.org.br/2022/08/11/origem-do-empreendedorismo-no-brasil/> . Acesso em: 22 set. 2024.

SAHASRANAMAM, Sreevas ; SUD, Mukesh . **Opportunity and necessity entrepreneurship: a comparative study of India and China.** 2016. Disponível em: <https://pureportal.strath.ac.uk/en/publications/opportunity-and-necessity-entrepreneurship-a-comparative-study-of.> Acesso em: 22 set. 2024.

SOARES, Amanda Fagundes; MOURA, Gabriela Fonseca; DIAS, Rayla Dos Santos Oliveira. **O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende - RJ**. Rio de Janeiro, 2021. Empreendedorismo na Região Nordeste do Brasil. Paraná: Global Entrepreneurship Monitor, 2014.

TAMÁSY, Christine . **Determinants of regional entrepreneurship dynamics in contemporary Germany: A conceptual and empirical analysis**. 2006. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343400600612137?tab=permissions&scroll=top> . Acesso em: 22 set. 2024.

TOLENTINO, Amanda Ribeiro ; FERREIRA, Marcelo Bazilio . **Microempreendedor individual: oportunidade ou necessidade?**, 2021.

TAINA, Taina Da Silva. **Quando o empreendedorismo surgiu no Brasil?**. Instituto Dom, 2022. Disponível em: <https://www.institutodom.org.br/2022/08/11/origem-do-empreendedorismo-no-brasil/> . Acesso em: 20 set. 2024.

UBUNTU Business. **Intrinsic and Extrinsic Entrepreneurship Propensity.**, 2022.

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

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva ; REIS, Renato Francisco Dos. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?**. 2014.

VIANA, Carlos Negreiros. **Uma breve história da industrialização cearense**. Ceará, 2011

VIDIGAL, Paulo Roberto. **Aspectos cognitivos e afetivos dos empreendedores: como estes atores tomam decisões?**. Campo Limpo Paulista , 2011.

ZWAN, Peter Van Der ; THURIK, Roy ; VERHEUL, Ingrid ; HESSELS, Jolanda . **Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs**. Local: Editora, 2016. v. 6.