



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – PB
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

**EMPREENDEDORISMO E TERCEIRA IDADE NA ECONOMIA INFORMAL:
NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE?**

DYOGO REINALDO COSTA

CAMPINA GRANDE – PB
2009

DYOGO REINALDO COSTA

EMPREENDEDORISMO E TERCEIRA IDADE NA ECONOMIA INFORMAL:
NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE?

Relatório de Estágio Supervisionado apresentando ao curso de Bacharelado em administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial às exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

ORIENTADORA: Prof^a Hildegardes Santos de Oliveira, Msc.

CAMPINA GRANDE – PB
2009

DYOGO REINALDO COSTA

EMPREENDEDORISMO E TERCEIRA IDADE NA ECONOMIA INFORMAL:
NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE?

COMISSÃO DE ESTÁGIO

MEMBROS:

DYOGO REINALDO COSTA
ALUNO

HILDEGARDES SANTOS DE OLIVEIRA, Msc.
PROFESSORA ORIENTADORA

ELIANE FERREIRA MARTINS, Msc.
COORDENADORA DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

Campina Grande – PB
2009

DYOGO REINALDO COSTA

EMPREENDEDORISMO E TERCEIRA IDADE NA ECONOMIA INFORMAL:
NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE?

Relatório apresentado e aprovado em 23 de julho de 2009.

HILDEGARDES SANTOS DE OLIVEIRA, Msc.
PROFESSORA ORIENTADORA

MARIA ALDANO DE FRANÇA, Msc.
EXAMINADORA

MARIA DAS GRAÇAS DE L. BARBOSA
EXAMINADORA, Msc.

Campina Grande – PB
2009

*Dedico este trabalho a Deus, minha fonte de inspiração,
o verdadeiro administrador da minha vida.
E aos meus pais e família que sempre me deram
forças para lutar, seguir em frente e aprender o verdadeiro
significado da vida, que é Jesus Cristo.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus pela força, fé, e perseverança que sempre tem concedido a mim e por tudo que tem feito na minha vida.

Agradeço aos meus pais e à minha família, por sempre estarem presentes na minha vida, nos momentos em que mais preciso, e por me ensinarem tudo o que hoje sei.

Agradeço imensamente à minha orientadora, a professora Hildegardes Santos de Oliveira, por tudo e por toda atenção que me deu, que com tanto carinho, esforço, paciência e dedicação que teve, conduziu-me da melhor maneira para que este trabalho se concretizasse.

Agradeço também à professora Maria Aldano de França, por todo o apoio, carinho e atenção que me deu em vários momentos desta caminhada. E também à professora Maria das Graças de L. Barbosa, por todos os seus ensinamentos, que hoje posso colocá-los em prática e por toda atenção que tem com todos os seus alunos.

Agradeço a todos os professores, sem exceção, que contribuíram para a minha formação acadêmica, fica o meu enorme carinho a todos.

Agradeço à administração e a todos os idosos empreendedores do Shopping Centro Edson Diniz, pela atenção e as informações prestadas, que contribuíram para a consolidação deste trabalho.

Agradeço a todos os meus amigos e colegas do curso de administração da UFCG do período 2004.2 e os que comigo também estiveram presentes ao longo do curso, pela amizade que foi firmada, pois, onde quer que esteja sempre me lembrarei desta amizade.

E agradeço a todos que de algum modo sempre me apoiaram.

*“Entrega o teu caminho ao Senhor, confia nele, e o mais ele
Fará”. Salmo 37, 5*

“Idosa é a pessoa que tem muita idade; velha é a pessoa que perdeu a jovialidade... Nem todo idoso é velho e há velho que nem chegou a ser idoso... o idoso e o velho são duas pessoas que até podem ter, no cartório, a mesma idade cronológica, mas o que tem são idades diferentes no coração”.

Jorge José de Jesus Ricardo

COSTA, Dyogo Reinaldo. **Empreendedorismo e terceira idade na economia informal: necessidade ou oportunidade.** 108 fl. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2009.

RESUMO

O presente estudo foi realizado no Shopping Centro Edson Diniz, localizado na cidade de Campina Grande – PB e procurou evidenciar uma realidade distinta acerca dos temas empreendedorismo, terceira idade e economia informal. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva, com o objetivo de analisar o perfil dos comerciantes idosos que atuam nesse mercado informal, a fim de verificar a presença de características empreendedoras e categorizá-los quanto à motivação para empreender. Os dados foram coletados a partir de uma pesquisa de campo, através da realização de entrevistas semi-estruturadas aplicadas a uma amostra de 50% dos lojistas com idade igual ou superior a 60 anos e os dados foram avaliados por meio de abordagem qualitativa e quantitativa. Os resultados obtidos na pesquisa indicaram a presença de características empreendedoras no perfil de 75% dos entrevistados. Quanto aos motivos que levaram estes indivíduos a empreender, foram verificados alguns indícios de empreendedorismo por oportunidade em 37,5% da amostra pesquisada, prevalecendo nos demais o perfil típico do empreendedorismo por necessidade. Entretanto, vale ressaltar que subjacente à oportunidade existe sempre a necessidade, e considerando as especificidades da amostra pesquisada, os resultados não são conclusivos e apontam para a necessidade de futuros estudos para aprofundar este tema.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedor; Terceira idade; Economia informal;

COSTA, Dyogo Reinaldo. **Entrepreneurship and elderly in the informal economy: the need or opportunity.** 108 fl. Report of Supervised Internship (Bachelor in Business Administration) - Federal University of Campina Grande, Paraíba, 2009.

ABSTRACT

This study was conducted in Edson Diniz Shopping Center, located in the city of Campina Grande - PB and has a reality show about the different topics entrepreneurship, third age and the informal economy. For this, we performed an exploratory research and descriptive, aiming to analyze the profile of the older traders who work in the informal market to verify the presence of entrepreneurial characteristics and categorizes them on the motivation to undertake. Data were collected from a field research by carrying out semi-structured interviews applied to a sample of 50% of shopkeepers aged less than 60 years and the data were evaluated by means of qualitative and quantitative approach. The results obtained in the search indicated the presence of entrepreneurial characteristics in the profile of 75% of respondents. As for why these individuals to take, were found some evidence of opportunity for entrepreneurship in 37.5% of the sample, the other prevailing in the typical profile of necessity entrepreneurship. However, it is worth emphasizing that there is always opportunity behind the need, and considering the specifics of the sample, the results are not conclusive and point to the need for future studies to investigate this issue.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Senior Citizens, the informal economy;

LISTAS DE TABELAS

| | |
|---|-----|
| TABELA 1 – Presença versus ausência de características empreendedoras nos entrevistados..... | 81 |
| TABELA 2 – Conjuntos de características empreendedoras presentes nos entrevistados..... | 83 |
| TABELA 3 – Presença de características empreendedoras no perfil dos entrevistados..... | 90 |
| TABELA 4 – Estado civil dos entrevistados..... | 102 |
| TABELA 5 – Quantidade de entrevistados que moram em casa própria ou alugada..... | 102 |
| TABELA 6 – Participação no sustento da família..... | 103 |
| TABELA 7 – Grau de instrução dos entrevistados..... | 104 |
| TABELA 8 – Outras fontes de renda além do negócio..... | 104 |
| TABELA 9 – Familiares que já tiveram ou têm um negócio..... | 105 |
| TABELA 11 – Pretensões quanto ao futuro..... | 105 |

LISTAS DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| GRÁFICO 01 - Média de idade dos entrevistados..... | 63 |
| GRÁFICO 02 - Estado civil dos entrevistados..... | 64 |
| GRÁFICO 03 - Quantidade de entrevistados que moram em casa própria ou alugada..... | 65 |
| GRÁFICO 04 - Quantidade média de pessoas que moram na mesma casa..... | 66 |
| GRÁFICO 05 - Participação no sustento da família..... | 67 |
| GRÁFICO 06 - Grau de instrução dos entrevistados..... | 68 |
| GRÁFICO 07 - Média em anos de atuação no negócio..... | 69 |
| GRÁFICO 08 - Outras fontes de renda além do negócio..... | 71 |
| GRÁFICO 09 - Familiares que já tiveram ou têm um negócio..... | 72 |
| GRÁFICO 10 -Desistência ou não do negócio, caso conseguisse um emprego formal..... | 77 |
| GRÁFICO 11 - Pretensões quanto ao futuro..... | 78 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO I INTRODUÇÃO | 16 |
| CAPÍTULO II FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 21 |
| 2.1 Empreendedorismo | 21 |
| 2.1.1 Origem dos termos empreendedor e empreendedorismo | 23 |
| 2.1.2 Diferentes abordagens e conceitos..... | 23 |
| 2.1.3 Diferenças entre empreendedor e empresário | 27 |
| 2.1.4 Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade | 29 |
| 2.1.5 Características do empreendedor..... | 31 |
| 2.2 Terceira idade | 36 |
| 2.2.1 O idoso e o mercado de trabalho | 38 |
| 2.2.2 Terceira idade e empreendedorismo | 40 |
| 2.3 Economia informal..... | 43 |
| 2.3.1 Perfil do empreendedor informal | 46 |
| 2.3.2 Economia informal e o idoso empreendedor | 50 |
| CAPÍTULO III ASPECTOS METODOLÓGICOS | 54 |
| 3.1. Tipo de pesquisa | 54 |
| 3.2 Universo e amostra..... | 55 |
| 3.3 Técnicas de coleta de dados..... | 57 |
| 3.4 Métodos de análise dos dados..... | 59 |
| CAPÍTULO IV APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS | 62 |
| 4.1 Parte 1 – Perfil sócio-demográfico | 62 |
| 4.1.1 Sexo..... | 62 |
| 4.1.2 Idade..... | 62 |
| 4.1.3 Estado civil..... | 63 |
| 4.1.4 Mora em casa própria ou alugada..... | 64 |
| 4.1.5 Quantidade de pessoas que moram na mesma casa..... | 65 |
| 4.1.6 Participação no sustento da família..... | 66 |
| 4.1.7 Grau de instrução..... | 67 |
| 4.2 Parte 2 – Perfil empreendedor e motivação para empreender..... | 68 |
| 4.2.1 Tempo de atuação no negócio..... | 68 |
| 4.2.2 Existência de sócios e funcionários no negócio..... | 69 |
| 4.2.3 Existência de outra fonte de renda além do negócio..... | 70 |
| 4.2.4 Atividade que exercia antes do negócio..... | 71 |
| 4.2.5 Existência de empreendedor na família..... | 72 |
| 4.2.6 Motivação para empreender..... | 73 |
| 4.2.7 Suporte ao planejamento do negócio..... | 73 |
| 4.2.8 Origem dos recursos para abertura do negócio | 74 |
| 4.2.9 Melhoria nas condições de vida..... | 75 |
| 4.2.10 Principais dificuldades do negócio..... | 75 |
| 4.2.11 Possibilidade de desistência do negócio..... | 76 |
| 4.2.12 Pretensões quanto ao futuro..... | 77 |
| 4.2.13 O que considera mais importante no trabalho..... | 78 |
| 4.2.14 Diferenciação em relação aos concorrentes..... | 79 |
| 4.2.15 Formas de pagamento oferecidas aos clientes..... | 79 |
| 4.2.16 Outras atividades realizadas pelo empreendedor..... | 79 |
| 4.2.17 Presença versus ausência de características empreendedoras..... | 80 |
| 4.3 Parte 3 – Percepção dos entrevistados sobre a Terceira Idade..... | 84 |

| | |
|--|------------|
| 4.3.1 Disposição e energia para o trabalho..... | 84 |
| 4.3.2 Jornada de trabalho..... | 85 |
| 4.3.3 Atividades desenvolvidas nas horas de folga..... | 85 |
| 4.3.4 Problemas com a saúde..... | 86 |
| 4.3.5 Prática de atividade física..... | 86 |
| 4.3.6 Participação em atividades de recreação e lazer..... | 87 |
| 4.3.7 Desgaste ou cansaço no trabalho..... | 87 |
| 4.3.8 Opção de não trabalhar..... | 88 |
| CAPITULO V CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 94 |
| REFERÊNCIAS..... | 98 |
| APÊNDICES..... | 103 |
| ANEXOS..... | 110 |

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Em um mundo competitivo e globalizado, onde a informação e as novas formas de processamento organizacional correm numa velocidade vertiginosa, o empreendedorismo surge como uma forma de atribuir novas perspectivas para enfrentar este ambiente, trazendo um amplo leque de oportunidades, novas visões de mercado e de ferramentas construtivas.

Há muitas definições de empreendedorismo e várias teses são levantadas em torno desse tema. Muitas perguntas são feitas: afinal, o que é ser empreendedor? Quais as características de uma pessoa que se diz empreendedora? Qual o perfil dos empreendedores de sucesso? O que os diferenciam dos demais? As pessoas já nascem com uma personalidade empreendedora? Existe algo que possa ser feito para tornar uma pessoa empreendedora? É possível aprender a ser empreendedor? Será que aquele comerciante da esquina com pouco mais 60 anos é um empreendedor?

São perguntas desse tipo que continuam sendo feitas a cada momento. Para tentar encontrar as repostas, muitos pesquisadores têm se dedicado a essa temática sobretudo a partir da década de 80. Considerado um campo ainda recente de pesquisas, há duas correntes principais de autores que buscam, cada uma à sua maneira, desvendar essas questões.

De um lado, estão os economistas, que associam o empreendedorismo à inovação e ao desenvolvimento econômico. Nessa corrente destacam-se as contribuições de Joseph Schumpeter, com sua teoria da “destruição criadora”. Para ele, o empreendedor é agente de mudança, destruindo a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos e serviços, novas formas de organização e exploração de novos recursos e materiais.

Já os comportamentalistas enfatizam as atitudes, como a criatividade, a intuição e a disposição para correr riscos, entre outras características. Nessa corrente destacam-se as contribuições de David McClelland, que buscou a identificação do perfil empreendedor, a

partir de dez características selecionadas após anos de estudo, as quais foram agrupadas em três conjuntos distintos denominados Realização, Planejamento e Poder.

Entre os pesquisadores brasileiros tem se destacado a contribuição de Dolabela (1999), o qual afirma que embora as características do empreendedor de sucesso sejam alvo de atenção na maior parte das pesquisas realizadas sobre empreendedorismo, o atual estágio de conhecimento ainda não permite estabelecer relações de causa e efeito.

Isto significa que não é possível determinar com certeza se uma pessoa vai ou não ser bem-sucedida como empreendedora, mesmo que ela apresente em seu perfil as características observadas nos empreendedores de sucesso. Por outro lado, na ausência de tais características, sabe-se que a pessoa dificilmente alcançará êxito em seu empreendimento. Por isso o conhecimento até agora acumulado pode orientar os empreendedores em potencial e os empreendedores de fato a identificar os elementos que devem ser desenvolvidos ou aperfeiçoados para aumentar as suas chances de sucesso.

No presente estudo procurou-se evidenciar uma realidade distinta acerca do tema empreendedorismo, associando-o a outras duas temáticas: a terceira idade e a economia informal. Foram identificadas pesquisas sobre empreendedorismo na economia informal, assim como estudos diversos sobre a terceira idade, porém sempre focalizando questões de saúde, envelhecimento, exclusão social e até inclusão do idoso no mercado de trabalho formal. Todavia não foram localizados estudos associando a terceira idade à questão do empreendedorismo e da economia informal ao mesmo tempo.

A principal justificativa para a realização desta pesquisa parte então desse fato, uma vez que os seus resultados contribuirão para fomentar futuros estudos em três áreas distintas e ao mesmo tempo, chama a atenção para a atividade empreendedora informal como uma alternativa para a terceira idade, que já representa 10,5% da população brasileira, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD realizada no país em 2007 pelo

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, que registrou a existência no país de aproximadamente 20 milhões de pessoas acima dos 60 anos de idade naquele ano.

Considerando que a população idosa no Brasil tende a crescer mais, de acordo com as previsões do IBGE, e que boa parte desses idosos encontra-se em plena forma física e mental, portanto aptos para exercer atividades laborais; e ainda, que muitos deles continuam ou precisam continuar trabalhando mesmo depois de aposentados, devido aos benefícios insuficientes que recebem; faz-se necessário refletir e agir sobre essas questões, já que a realidade do país ainda é de discriminação e marginalização em relação aos idosos, que são considerados pelo mercado formal, salvo raríssimas exceções, como inúteis, inválidos e inadequados ao perfil das empresas. Enquanto isso, nos países desenvolvidos, os idosos são respeitados por sua experiência profissional e sabedoria de vida.

Nesse contexto, o presente trabalho foi realizado no Shopping Centro Edson Diniz, doravante aqui denominado de Shopping Centro. Localizado no município de Campina Grande – PB, o local concentra parte do comércio informal da cidade, onde estão instalados os comerciantes que outrora atuavam como camelôs nas ruas da cidade.

Para a realização da pesquisa que resultou neste relatório, foi proposto o seguinte questionamento: **Os comerciantes idosos que atuam no Shopping Centro apresentam um perfil empreendedor caracterizado por necessidade ou por oportunidade?**

Partindo desse questionamento, foi estabelecido o seguinte objetivo geral: **analisar o perfil dos comerciantes idosos que atuam no Shopping Centro, a fim de categorizá-los quanto à presença de características empreendedoras e ao tipo de motivação para empreender.** Para tanto, foram estabelecidos também alguns objetivos específicos:

- Identificar o perfil sócio-demográfico dos entrevistados;
- Identificar as características empreendedoras presentes no perfil dos entrevistados com base no modelo de McClelland;

- Verificar os motivos que levaram os entrevistados a empreender;
- Classificar os entrevistados de acordo com as características identificadas e o tipo de motivação para empreender (necessidade ou oportunidade);

No capítulo 2 a seguir serão apresentados os principais conceitos relacionados aos temas Empreendedorismo, Terceira idade e Economia informal, utilizados como embasamento teórico para a execução da pesquisa e análise de resultados.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Os primeiros relatos de grandes acontecimentos na história de conquistas alcançadas pela humanidade já demonstram o pioneirismo que existe no empreendedorismo. Segundo Maximiano (2006) a imagem do empreendedor tem sido influente desde os primeiros registros de desenvolvimento da humanidade. O grande comércio marítimo, o mercantilismo e a revolução industrial são apenas alguns dos acontecimentos gerados por conta do empreendedorismo.

A partir dos anos 80, de acordo com Dolabela (1999), o empreendedorismo se estendeu de forma notável, sendo alvo da atenção de diversas ciências humanas, sociais e também gerenciais. A partir deste ponto o empreendedorismo ganhou forma e apreço, já que os estudiosos vindos de outras áreas do conhecimento trouxeram para o empreendedorismo, métodos e pensamentos do seu campo de estudo original, e com isto fizeram com que os estudos sobre empreendedorismo apresentassem a desenvoltura e as proporções que hoje se observa. Desta forma, o empreendedorismo conseguiu sair de uma simples área de estudo para um campo mais abrangente de aprendizado.

Ainda segundo Dolabela (1999) as pesquisas na área de empreendedorismo são ainda recentes. Na maioria dos casos estão relacionadas com as pequenas empresas e sua importância para a economia do mundo moderno. Para o autor, esse ramo de conhecimento está ainda em etapa pré-paradigmática, visto que não há modelos determinados com exatidão, princípios gerais ou embasamentos que sejam capazes de garantir de modo pleno o discernimento nesta área. O autor afirma que, embora o empreendedorismo seja atualmente uma área que apresente grande efervescência em modos de pesquisas e publicações, muitas questões sobre empreendedorismo ainda não encontraram explicações determinantes, como,

por exemplo, se é possível aprender a ser empreendedor ou quais as características que garantem o sucesso de um empreendedor.

2.1.1 Origem dos termos empreendedor e empreendedorismo

O termo empreendedor (entrepreneur) surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, para designar aquelas pessoas de perfil ousado, que estimulavam o progresso econômico através da utilização de novas e melhores formas de agir. Entretanto, segundo Drucker (2000) foi o economista francês Jean-Baptiste Say, que no início do século XIX conceituou o empreendedor como o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para outro com produtividade elevada e maiores rendimentos.

Mais tarde, o austríaco Joseph Schumpeter, um dos mais importantes economistas do século XX, define o empreendedor como aquele indivíduo que reforma ou revoluciona o processo “criativo-destrutivo” do capitalismo, por meio do desenvolvimento de nova tecnologia ou do aprimoramento de uma antiga – o real papel da inovação. Para ele os empreendedores são os agentes de mudança na economia.

Ao ampliar a definição proposta por Jean-Baptiste Say, Drucker (2000) descreve os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar as mudanças. Neste sentido, os empreendedores não se limitam aos seus próprios talentos pessoais e intelectuais para levar adiante o ato de empreender, mas são capazes de mobilizar recursos externos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar seus objetivos.

Quanto ao termo empreendedorismo, Dolabela (1999) afirma que o mesmo refere-se a um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship. Segundo o autor: o

termo “é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. (DOLABELA,1999,P.43).

Para Fillion (1999) Jean-Baptiste Say ficou conhecido como o pai do empreendedorismo, mas foi Schumpeter quem deu projeção ao tema, associando de forma definitiva a figura do empreendedor ao conceito de inovação, coclocando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico.

2.1.2 Diferentes abordagens e conceitos

Ao percorrer a literatura pertinente ao tema empreendedorismo, percebe-se que não existe um consenso entre os estudiosos e pesquisadores acerca da exata definição de empreendedorismo e empreendedor. Cada pesquisador baseado em seu campo e área de atuação constrói seu próprio conceito. Segundo Dolabela (1999) há duas correntes principais que reúnem elementos comuns à maioria das teorias existentes sobre o assunto. De um lado estão os economistas, que associam o empreendedor à inovação, e do outro os comportamentalistas, que enfatizam aspectos voltados para as atitudes empreendedoras, como criatividade e intuição.

Segundo o relatório da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM realizada em 2008 e recentemente publicada, o empreendedorismo é conceituado da seguinte forma:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. (GEM, Empreendedorismo no Brasil, 2009, p.132).

De acordo com Leite (2002, p.189) “O empreendedor é um indivíduo de muita iniciativa, dotado de uma personalidade agressiva, um eterno farejador de oportunidades, sobretudo aquelas ligadas ao seu interesse e motivações”. Ainda segundo este autor, um dos

fatores determinantes do bom êxito de um empreendedor consiste em investir naquilo que tem prazer em realizar. Para ele, na maioria das vezes, o empreendedor é uma pessoa com várias idéias, que gosta do risco e via de regra detém grande habilidade de iniciativa na difusão de um novo empreendimento.

Para Dolabela (1999) a palavra “empreendedor” é empregada para designar, sobretudo, as atividades de quem se destina a originar riquezas, seja transformando conhecimentos em produtos ou serviços, seja na própria geração do conhecimento ou na implementação de novas ações em áreas como marketing, produção, organização entre outras. Neste sentido, o autor afirma que:

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Utilizando energia e perseverança, e uma grande dose de paixão constrói algo a partir do nada e continua em frente, apesar de obstáculos, armadilhas e da solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto de trabalho duro. (DOLABELA, 1999, p.44).

O mesmo autor acrescenta ainda que um dos principais atributos do empreendedor é a sua capacidade de identificar as oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos necessários para transformar essas oportunidades em negócio lucrativo.

Segundo Dolabela (1999, p. 44) “os fundamentos do empreendedor não se incluem no conceito tradicional do que se aprende na escola”. Para ele, ser empreendedor não é apenas uma questão de acumular conhecimentos, mas de introjetar valores, atitudes e comportamentos, além de formas de percepção do mundo e de si mesmo, voltados para atividades em que a exposição ao risco, a capacidade de inovação, a perseverança e a convivência com a incerteza constituem elementos imprescindíveis.

Na visão de Maximiano (2006), o espírito empreendedor está realmente associado às pessoas que apresentam um perfil realizador, que são mobilizadoras de recursos e que aceitam correr riscos para iniciar um negócio. Com base nisso, o autor acrescenta:

... arriscar significa ter coragem para enfrentar a possibilidade de insucesso ou perda. As recompensas são incertas e apenas as dificuldades são visíveis, mas o empreendedor está disposto a superá-las. Propensão para assumir e superar os riscos é um traço básico no comportamento dos que se dedicam à atividade empresarial. (MAXIMIANO, 2006, p.4)

Assumir riscos e acreditar em seu próprio otimismo seria um dos primeiros passos para se considerar um verdadeiro empreendedor. Mas o verdadeiro empreendedor, aquele que incorpora de fato a atitude e o espírito de empreendedor, não se detém apenas a assumir riscos sempre; apesar de que, o empreendedor deve estar preparado para tal, mas só quem sofre com o risco propriamente dito é o empreendedor que não trabalha com estes eventuais riscos de forma planejada ou calculada.

O empreendedor percebe o mercado de forma diferenciada, vê o que os outros não percebem, tem a motivação para empreender, e deve estar preparado para enfrentar obstáculos e conhecer formas de análises do negócio, do mercado e de si mesmo para perseguir o sucesso com passos firmes e saber colocar a sorte a seu favor.

Leite (2002, p. 171) menciona uma série de afirmações feitas por diversos autores revelando suas concepções sobre o empreendedor e o empreendedorismo:

- ✓ Richard Cantillon (1730): “empreendedor é definido como uma pessoa com atividade autônoma; adicional incerteza; empreendedores promoveriam suas atividades para atender as demandas do mercado”;
- ✓ Jean-Batiste Say (1810): “muitos talentos gerencias são requeridos, necessários para ser um empreendedor de sucesso; muitos obstáculos e incerteza acompanham o empreendedorismo”;
- ✓ Alfred Marshall (1890): “as habilidades para ser um empreendedor são diferentes, ainda que complementares com as exigidas para ser um gestor”;

- ✓ Joseph Schumpeter (1910): para o autor o empreendedorismo é, em sua natureza, o desvendamento e ascensão de novos ajustes de fatores de produção; para Schumpeter, empreendedorismo é a origem central de concepção do fator socioeconômico;
- ✓ Frank Knight (1920): segundo o autor a audácia para encarar a incerteza é o feitiço fundamental do empreendedorismo; os empreendedores são solicitados para realizar cada papel de gerência essencial, assim como o cargo de direção e controle;
- ✓ Edith Penoroso (1960): “capacidade gerencial pode ser diferenciada da empreendedora. Identificar, explorar idéias para a expansão de micro e pequenas empresas é o aspecto essencial do empreendedorismo”;
- ✓ Harry Leibenstein (1980): “atividade empreendedora é apontada para a redução de ineficiência organizacional e com o intuito de reverter a entropia organizacional”;
- ✓ Israel Kirzner (1975): “a identificação de oportunidades de mercado é a função fundamental do empreendedor”.

Segundo Dolabela (1999), é interessante observar que as definições apresentadas por especialistas que pertencem a uma mesma área encontram grande consenso. Deste modo, os economistas associam os empreendedores à inovação, atribuindo-lhes um papel fundamental no desenvolvimento econômico. Os comportamentalistas, por sua vez, atribuem aos empreendedores características como criatividade, persistência e internalidade (capacidade de influenciar e controlar comportamentos de outras pessoas). Os engenheiros de produção têm uma forte tendência para enxergar os empreendedores como bons distribuidores e coordenadores de recursos. Já os financistas caracterizam o empreendedor como alguém que é capaz de calcular riscos. Na visão dos especialistas em gestão, os empreendedores são organizadores competentes e desembaraçados. Para o pessoal da área de marketing, são pessoas que sabem identificar oportunidades e se preocupam com os consumidores.

Finalizando, Dolabela (1999) afirma que o empreendedor de fato não significa necessariamente aquela pessoa que abre um negócio, mas além de abrir o seu negócio, o torna

competitivo diante do mercado através do seu potencial de aprendizado e de sua capacidade criadora. Neste sentido ressalta:

Contudo, não se considera empreendedora uma pessoa que, por exemplo, adquira uma empresa e não introduza qualquer inovação (seja na forma de vender, de produzir, de tratar os clientes), mas somente gerencie o negócio. (DOLABELA, 1999, p. 69).

Portanto, ao se estudar o empreendedorismo deve-se fazer a distinção entre ser empreendedor e ser empresário, pois nem sempre o empreendedor é um empresário e há muitos empresários que não são empreendedores. Este assunto será tratado no tópico a seguir.

2.1.3 Diferenças entre empreendedor e empresário

Compreender as diferenças básicas entre empreendedor e empresário, bem como a relação entre os dois perfis, é um dos pontos cruciais no estudo do empreendedorismo, por isso a maioria dos autores enfatiza este aspecto.

Para Maximiano (2006) a figura do empresário está associada ao lado formal do negócio, enquanto o empreendedor representa o lado criativo e prático, o qual é considerado pelo autor como essencial para o nascimento, crescimento e sobrevivência de um negócio.

Por sua vez, Drucker (1998) afirma: “quem dirige deve sempre administrar, conduzir e melhorar o que já existe e se conhece. Mas há outra dimensão para o desempenho do administrador. Ele precisa ser também empreendedor” (Drucker, 1998, p. 39).

A partir desse pensamento fica clara a necessidade de complementação entre os dois perfis, ou seja, em todas as organizações existem empresários e administradores, os quais são necessários à condução das atividades e alcance dos objetivos, mas o perfil empreendedor deve ser incorporado ao desempenho desses gestores.

De acordo com HITT et al (2008, p. 373) “empreendedores são indivíduos, atuando de forma independente ou como parte de uma organização, que vêem uma oportunidade empreendedora e assumem os riscos para desenvolver uma inovação e tentar colocá-la em prática”.

Neste sentido o empreendedor consegue ver uma oportunidade onde ninguém normalmente conseguiria enxergar, e faz desta oportunidade, a chance de um bom negócio. É otimista e agarra as oportunidades como se estivesse jogando as suas últimas fichas em uma competição. Tem grande capacidade de desenvolver potencial competitivo, antecipa-se aos fatos, agindo com prontidão, antes que o mercado o exija ou pegue-o de surpresa, por isso consegue se precaver muito antes de seus concorrentes, estando sempre atento às mudanças do mercado.

Segundo Marcondes e Bernardes (1997), é empreendedor aquele que está sem emprego e que se torna camelô, o dentista homem ou mulher que monta seu consultório, o técnico que forma uma fabrica ou o descontente com o seu emprego que o deixa e cria uma loja. Os autores complementam: “O empreendedor é o pioneiro de uma firma em qualquer ramo de negócios, assemelhando-se a um mágico com sua varinha de condão que cria coisas até do nada”. (MARCONDES E BERNARDES, 1997, p. 19).

Quanto ao conceito de empresário, os mesmos autores afirmam: “empresário é aquele ou aquela que mantém e expande um negócio já existente, garantindo que seja rentável e perdure no tempo, porém no mesmo ramo”. (MARCONDES E BERNARDES, 1997, p.20).

Em síntese, segundo Maximiano (2006) para se obter o sucesso em um empreendimento, tudo vai estar sujeito à capacidade empreendedora dos gestores envolvidos. E complementa: “... todo empresário deve ser continuamente empreendedor”. (MAXIMIANO, 2006, p.3).

Portanto, pode-se afirmar que a solução para o sucesso de uma empresa, está de fato na gestão empreendedora da mesma, aliando-se em seu corpo gerencial os dois perfis.

2.1.4 Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade

O empreendedorismo de uma forma geral expressa a concepção de um indivíduo que aproveita oportunidades partindo de uma idéia ou sonho, que são transformados em realidade, e é nesta oportunidade que encontra a motivação para empreender. Mas nem sempre é o que se pode constatar, pois há também aqueles indivíduos que se tornam empreendedores por necessidade e não por oportunidade, ou seja, não são pessoas que buscaram concretizar idéias ou realizar sonhos através de uma oportunidade de negócio, mas que ingressaram na atividade empreendedora como única alternativa de sobrevivência. São pessoas que iniciaram um negócio porque ficaram desempregadas e não conseguiram recolocação no mercado de trabalho ou porque estão aposentadas e não querem ficar ociosas, ou porque são consideradas “não-empregáveis” pelo mercado de trabalho devido a fatores como baixo nível de escolaridade, idade avançada, entre outros. Enfim, são pessoas cuja motivação está relacionada a uma necessidade, daí a distinção entre o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade.

Acerca dessa diferenciação, Filion (1997) apud Dolabela (1999, p. 69) fornece uma nomenclatura diferente para essa classificação ao afirmar: “os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade: desempregados, imigrantes etc.)”.

Ao caracterizar o empreendedorismo por oportunidade, Souza (2005) apud Klechen et alii (2007, p 26) afirma:

Os empreendedores por oportunidade buscam, na maioria das vezes, benefícios atribuídos ao trabalho por conta própria, como maior independência; liberdade para tomar decisões sobre os negócios e prestar contas apenas para si mesmo; oportunidades de enfrentar desafios; fuga da posição de subordinado; satisfação e orgulho; e possibilidade de dedicar mais tempo à família ou de abandonar a rotina. (KLECHEN et alii, 2007, p. 26)

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM relativa a 2008, os motivos para se iniciar uma ação empreendedora é assunto dos mais importantes, sobretudo quando se quer conhecer a qualidade do empreendedorismo nas nações que estão em desenvolvimento. A pesquisa ressalta que um elevado percentual de empreendedorismo por oportunidade cogita o “caminho positivo” da ação empreendedora nas nações. Sendo assim afirma: “Essa porção de empreendedores é aquela que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender” (GEM, empreendedorismo no Brasil, 2009, p. 30).

Ainda segundo essa pesquisa, considerando-se apenas os empreendedores que buscaram iniciar sua atividade para obter maior independência ou aumento de renda, a chamada oportunidade genuína, a proporção desse tipo de motivação para o caso brasileiro subiu de 38,5% em 2007 para 45,8% em 2008, o que representa um aumento de 18,96%. Essa motivação é certamente a mais desejada pelos planejadores públicos e responsável pelo fomento à atividade empreendedora.

Apesar do crescimento do empreendedorismo por oportunidade no Brasil, de acordo com os resultados da referida pesquisa, o empreendedorismo por necessidade ainda é majoritário no país.

Segundo Dornelas (2003) apud Pessoa et al (2008) grande parte dos negócios gerados no Brasil baseia-se no empreendedorismo por necessidade e não na identificação de uma oportunidade de negócio ou na busca da inovação visando à criação de negócios diferenciados.

Independente da forma de manifestação do empreendedorismo em uma sociedade, seja por oportunidade seja por necessidade, o importante é que, ao se estimular o empreendedorismo em uma determinada região, estimula-se também toda uma economia à sua volta. Neste sentido, o empreendedorismo é o combustível que move a sociedade, gerando novas oportunidades de negócio, e com isso novos empregos, fator este essencial para o desenvolvimento econômico.

2.1.5 Características do empreendedor

Muitas pesquisas têm sido realizadas buscando identificar as características que os empreendedores apresentam em seu comportamento, que os tornam diferentes das demais pessoas.

Apesar de tantos estudos e pesquisas realizadas com esse objetivo, ainda não é possível traçar um perfil comportamental absolutamente exato do empreendedor. Isso ocorre porque as pessoas mudam de acordo com os contextos e circunstâncias às quais estão sujeitas.

De acordo com Dolabela (1999) existem muitas variáveis que interferem na formação do perfil de um empreendedor, variando em função do tempo de mercado, experiência de trabalho, região de origem, grau de escolaridade, religião e cultura familiar, entre outros. Para o autor tudo indica que o empreendedorismo é um “fenômeno” regional, na proporção em que a cultura, necessidades e hábitos de uma determinada região estabelecem comportamentos. Segundo ele diversas pesquisas têm evidenciado que os empreendedores retratam as características da época e da localidade em que convivem. Acrescenta, ainda, que mesmo em tempos de globalização, onde os empreendedores desempenham influências longe das fronteiras de sua região, a relação principal continuar a ser na esfera regional.

Segundo Greatti (2003) não se pode simplesmente avaliar um indivíduo e afirmar se ele será ou não bem sucedido como empreendedor. Mas é possível, através de um estudo, dizer se ele apresenta ou não em seu perfil algumas das características geralmente encontradas em empreendedores de sucesso, permitindo-lhe saber quais características precisa desenvolver ou aperfeiçoar.

Ao reforçar esse ponto, Dolabela (1999, p. 70) afirma que “... as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas”, ou seja, ninguém nasce com uma personalidade empreendedora, mas pode-se construir uma atitude empreendedora, basta querer desenvolvê-la. Para isso, o candidato a empreendedor deve procurar identificar as características que seu futuro trabalho irá exigir e avaliar o seu potencial em relação a elas.

Na tentativa de compreender os motivos que induzem os indivíduos a empreender, os estudiosos procuraram respostas nas personalidades e nas atitudes do empreendedor.

Segundo Carvalho e Zuanazzi (2003), um dos principais estudiosos sobre a identificação das características empreendedoras foi David C. McClelland, o qual depois de muitos anos estudando o assunto criou um modelo com 55 questões para verificar quais as características que se destacam mais no perfil de um empreendedor. Como resultado de seus estudos, foram então classificadas dez características principais. Lenzi (2002) apud Carvalho e Zuanazzi (2003, p. 132) descreve-as da seguinte forma:

Busca de oportunidades e iniciativa: “o indivíduo faz as coisas antes de ter sido solicitado, ou antes, de ser forçado pelas circunstâncias; expande os negócios para novas áreas de atuação; aproveita realmente as oportunidades que surgem”;

Persistência: “enfrenta os desafios das mais variadas formas e quantas vezes forem necessárias para superar os obstáculos”.

Comprometimento: “sacrifica-se e faz qualquer esforço para completar uma tarefa; está sempre colaborando com os empregados para que o trabalho seja terminado; faz qualquer coisa para manter seu cliente”;

Exigência de qualidade e eficiência: “busca novas maneiras de se fazer melhor às coisas, de fazer de forma ainda mais veloz ou que também custe um preço baixo; pratica as coisas de maneira que estejam além dos moldes de excelência; garante que o seu trabalho estará realizado na ocasião certa e na condição pactual (paráfrase feita);

Correr riscos calculados: “avalia e discute as alternativas; procura manter sempre o controle da situação para reduzir os riscos; se envolve em situações de riscos moderados”;

Estabelecimento de metas: “os objetivos e metas são desafiantes e tem um significado pessoal; as metas são claras, objetivas e definidas a longo prazo; as metas estabelecidas a curto prazo são mensuráveis”;

Busca de informações: “procura pessoalmente todas as informações possíveis sobre o ambiente em que está inserido; busca auxílio de especialistas para obtenção de assessoria técnica ou comercial”;

Planejamento e monitoramento sistemáticos: reparte os trabalhos de grande volume em sub-tarefas com espaços de tempo definidos; encontra-se a todo tempo inspecionando os seus projetos, olhando com atenção as diferentes variáveis que podem ser influenciadas; faz a utilização de registros financeiros para tomar decisões;

Persuasão e rede de contatos: “discute estratégias antecipadamente para influenciar e persuadir os outros; utiliza-se de pessoas-chave para atingir os próprios objetivos; está sempre desenvolvendo e mantendo relações comerciais”;

Independência e autoconfiança: “busca autonomia sobre normas e controles de outros; mesmo diante de resultados adversos mantém seu ponto de vista; demonstra confiança de sua própria capacidade”;

De acordo com Greatti (2003), as dez características acima citadas foram organizadas por Mc Clelland em três conjuntos assim distribuídos:

- ✓ *Conjunto de realização*: compreende cinco das dez características, incluindo aqui a busca de oportunidades e iniciativa; a persistência; o comprometimento; a exigência de qualidade e eficiência; e correr riscos calculados;
- ✓ *Conjunto de planejamento*: corresponde a três características que incluem o estabelecimento de metas; a busca de informações; e o planejamento e monitoramento sistemáticos;
- ✓ *Conjunto de poder*: representado por duas características que incluem a persuasão e rede de contatos; e a independência e autoconfiança.

Adiante será apresentada uma síntese dos traços do empreendedor de acordo com Timmons (1994) e Hornaday (1982) apud Dolabela (1999, p. 71):

- ✓ Tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia.
- ✓ Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- ✓ Trabalha sozinho. O processo visionário é individual.
- ✓ Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos.
- ✓ Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros.
- ✓ É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados.

- ✓ Sabe fixar metas e alcançá-las; luta contra padrões impostos, diferencia-se.
- ✓ Tem a capacidade de descobrir nichos.
- ✓ Tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz.
- ✓ Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz.
- ✓ Cria situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento.
- ✓ Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.
- ✓ É um sonhador realista: é racional, mas usa também a parte direita do cérebro.
- ✓ Cria um sistema próprio de relações com os empregados. É comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo.
- ✓ É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
- ✓ Aceita o dinheiro como uma das medidas de desempenho.
- ✓ Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos, considera a rede de relações interna (com sócios, colaboradores) mais importante que a externa.
- ✓ Conhece muito bem o ramo em que atua.
- ✓ Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.
- ✓ Traduz seus pensamentos em ações.
- ✓ Define o que aprender (a partir do não-definido) para realizar suas visões. É pró-ativo: define o que quer e onde quer chegar; depois, busca o conhecimento que para atingir o objetivo.

- ✓ Cria um método próprio de aprendizagem: aprende a partir do que faz; emoção e afeto são determinantes para explicar o seu interesse. Aprende indefinidamente.
- ✓ Tem alto grau de “internalidade”, que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguirá provocar mudanças nos sistemas em que atua.
- ✓ Assume riscos moderados: gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo. (Inovação é relacionada ao produto. É diferente da invenção, que pode não dar conseqüência a um produto).
- ✓ Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza.
- ✓ Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a, para detectar oportunidades de negócios.

Diante do exposto, mesmo sem chegar a conotações determinísticas sobre tais características, as pesquisas sobre o empreendedorismo tem colaborado na assimilação e na concepção de condutas que conduzem o empreendedor ao sucesso, servindo de embasamento para a aprendizagem no campo empreendedor.

2.2 TERCEIRA IDADE

Os avanços alcançados pela ciência nas últimas décadas têm contribuído cada vez mais para o aumento da longevidade e da expectativa de vida das pessoas. Diante disso, muitos pesquisadores têm se interessado em estudar o envelhecimento humano, gerando uma diversidade de opiniões e avaliações sobre a chamada terceira idade. Segundo a Lei Nº 10.741

de 1º de outubro de 2003, popularmente conhecida como Estatuto do Idoso, são consideradas idosas as pessoas com idade igual ou superior a 60 anos.

De acordo com a Síntese de Indicadores Sociais (2008), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD realizada no país em 2007 registrou a existência de aproximadamente 20 milhões de pessoas acima dos 60 anos de idade, o que representa 10,5% do total da população brasileira.

Em termos de regiões, a referida pesquisa apontou que as Regiões Sudeste e Sul apresentaram os percentuais mais elevados, com 11,7% e 11,4% respectivamente, sendo que na Região Nordeste o estado com maior índice de população idosa é a Paraíba com 11,2 %, ficando em terceiro lugar no ranking nacional de população idosa, seguido em nível regional pelo Piauí com 10,7% e pelo Ceará com 10,5% da população residente.

A mesma pesquisa apresenta também resultados importantes em relação às diferenças de longevidade entre homens e mulheres:

A divisão por sexo das pessoas de 60 anos ou mais de idade mostra que as mulheres apresentam maior longevidade, evidenciada pelo indicador razão de sexo. Em 2007, no conjunto do País, havia 79 homens idosos para cada 100 mulheres nesta condição. Os resultados mostram ainda que a razão de sexo se acentua com a elevação da idade: no grupo de 65 anos ou mais de idade, a razão cai a 76 homens para cada 100 mulheres, chegando a apenas 72 homens para cada 100 mulheres de 70 anos ou mais. (SINTESE DE INDICADORES SOCIAIS DO IBGE, 2008, p 166).

Com relação ao grau de escolaridade, a pesquisa constatou que a proporção de idosos sem instrução ou com menos de 01 ano de estudo, em 2007, era de 32,2% no conjunto do País. O Sudeste apresentava um percentual de 22,8% em contraste com o Nordeste, onde mais da metade dos idosos (52,2%) possuía ainda este nível de escolaridade.

Com o aumento da expectativa de vida nas últimas décadas, aumentaram também as possibilidades de convívio, numa mesma família, de duas ou até três gerações diferentes,

incluindo além dos filhos, os netos e os bisnetos. Esse convívio tem sido destacado como uma situação saudável e positiva para o bem-estar dos idosos.

A contribuição de cada membro da família no orçamento também é de suma importância para a sua própria reprodução e nível de bem-estar. A contribuição dos idosos, em 53% dos domicílios, representa mais da metade do total da renda domiciliar, sendo esta situação ainda mais expressiva no Nordeste (63,5% dos domicílios).

Quanto ao exercício de atividade laboral na terceira idade, a pesquisa indica que os idosos brasileiros com 65 anos ou mais de idade que continuaram trabalhando representavam 22,5% em 2007, dos quais 74,7% eram aposentados.

Os dados aqui apresentados mostram uma realidade preocupante do ponto de vista da garantia dos direitos instituídos pela Constituição e pelo Estatuto do Idoso, uma vez que, com o aumento da longevidade, um número maior de pessoas passa a depender por mais tempo da seguridade social, e com tendência de redução da taxa de natalidade, o número de contribuintes se tornará cada vez menor para sustentar o sistema previdenciário do país.

2.2.1 O idoso e o mercado de trabalho

Um famoso ditado popular diz que a vida começa aos 40. Porém, no mercado de trabalho a realidade é bem diferente. Se para os mais jovens conseguir ingressar no mercado de trabalho hoje em dia está difícil, para alguém que está na faixa dos 60 anos ou mais, a situação é ainda mais crítica.

De acordo com Amarilho (2005), considerando o aspecto econômico, as pessoas com mais de 60 anos passaram a ser vistas como improdutivas, decretando-se assim a sua velhice econômica e social.

Para Guimarães (2002) esse preconceito em relação ao idoso está presente na cultura brasileira, mas em países desenvolvidos o idoso é respeitado e assume papéis sociais relevantes na economia. Acerca dessa questão Nascimento et alii (2006) salienta:

No caso do Brasil, por bases culturais, o idoso ainda é visto como incapaz, improdutivo e dependente. Todavia, através de trabalhos destinados a terceira idade esta realidade vem se demonstrando falsa e comprovando que o idoso muito tem a contribuir em nossa sociedade. (NASCIMENTO et alii, 2006. P.4)

O fato é que, devido a tantos preconceitos e estereótipos em torno do envelhecimento, a sociedade brasileira não tem dado a devida atenção ao trabalho após a aposentadoria. Um desses estereótipos está relacionado à questão da vulnerabilidade às doenças e acidentes que levam à perda da força produtiva. Como as empresas operam em um ritmo de produção acelerado, preferem contratar trabalhadores mais jovens.

Por outro lado, com a diminuição do papel social do Estado, o qual não consegue garantir habitação, saneamento, saúde e educação para toda a população, os cidadãos em geral, e especialmente os da terceira idade, ficam privados de suas necessidades básicas. Segundo Uyehara (2003, p. 47) “com benefícios cada vez menores os brasileiros vêm se aposentando sem a certeza de segurança financeira nos anos vindouros. Para garantir uma renda melhor, muitos beneficiários optam por continuar trabalhando”. Neste sentido, a autora destaca a necessidade de se criar condições para que as pessoas da terceira idade continuem ativas profissionalmente.

Os estudos mencionados por Vassalo (2000) ressaltam que a pessoa que chega à terceira idade no pleno domínio de suas faculdades intelectuais e que não apresenta limitações físicas importantes sente-se apta a produzir em qualquer ramo que envolva atividades culturais ou laborais. Neste sentido, Debert (1999) apud Uyehara (2003) aponta algumas características determinantes para o êxito dos idosos nessas atividades culturais ou profissionais:

- ✓ A terceira idade é o momento de melhor avaliação crítica da vida, pois é nesta fase que, por causa das experiências acumuladas, as características de personalidade se acentuam;
- ✓ Geralmente, a pessoa se torna mais seletiva e detalhista;
- ✓ A capacidade de julgamento e distinção é favorecida pela crescente sabedoria;
- ✓ O reconhecimento do valor da vida favorece uma atuação com um nível surpreendente de envolvimento pessoal e estimula a criatividade;
- ✓ A velocidade é substituída pela acuidade e a capacidade de concentração pode aumentar;
- ✓ Aumenta a consciência da responsabilidade comunitária e a participação do idoso torna-se mais efetiva.

A tendência contemporânea, conforme relata Debert (2004) caminha no sentido de rever os estereótipos associados ao envelhecimento. Assim, a idéia de perdas associadas ao processo de envelhecimento tem sido aos poucos substituída pela idéia de que a terceira idade possibilita momentos de novas conquistas, baseadas na busca do prazer e da satisfação pessoal. Na terceira idade as experiências e saberes acumulados podem ser canalizados para a realização de projetos interrompidos em outras fases da vida, bem como para estabelecer relações sociais mais profícuas com as demais pessoas de qualquer idade.

2.2.2 Terceira idade e empreendedorismo

Comparando-se ao perfil de uma década atrás, os idosos de hoje estão mais ativos em todos os aspectos. Já apresentam uma nova postura em seu dia a dia e estão mais atentos e atuantes em relação a tudo o que se passa à sua volta. Além disso, estar mais ativo não se refere apenas à participação em atividades esportivas, de lazer, turismo, entre outras. O idoso

do século XXI tende a não se acomodar pelo fato de estar aposentado. Ele já não quer ficar em casa só de repouso. Muitos idosos agora querem prolongar sua vida economicamente ativa, trabalhando para não estacionar em um canto. É o “aposentado trabalhador”, que não gosta de ficar parado, colocando assim em prática o verdadeiro “espírito empreendedor” em sua essência.

Conforme Leite (2002) cada sociedade constrói as suas imagens preconcebidas. E, segundo ele, existem vários mitos sobre o papel do empreendedor na sociedade contemporânea. Um desses mitos consiste em dizer que a maioria dos empreendedores mais prósperos que existem são pessoas muito mais jovens e mais enérgicas do que a população em geral. De acordo com o autor, embora essas qualidades possam ser úteis, a idade não é barreira para o exercício bem sucedido do empreendedorismo. O autor ressalta que a idade média para os empreendedores arrancarem com empreendimentos de alto potencial é por volta dos 35 anos, e existem numerosos exemplos de empreendedores que iniciaram seus negócios com idade superior aos 60 anos. E acrescenta ainda: “o que é crítico para o sucesso é deter, possuir o relevante *know-how*, experiência, contatos necessários para reconhecer, detectar, perseguir e aproveitar uma janela de oportunidade que se abre no mercado”. (LEITE, 2002, p.184).

O idoso empreendedor, assim como o típico jovem empreendedor, não quer estar parado. Para esses idosos, trabalhar, mesmo depois de aposentados, passa a ser uma questão de honra. Mas não é só isso, ser empreendedor para esses idosos, ainda que não precisem, é uma missão de vida. Para eles, o significado de “parar” seria o mesmo que lhes dar um atestado de morte.

Neste sentido, Dolabela (1999, p. 29) afirma que “... talvez seja muito difícil encontrar um empreendedor que queira se aposentar ou que espere ansiosamente pelo final de semana

para se desvincular do trabalho. Não é raro encontrar empreendedores que tiram poucas férias”.

Assim, mesmo quando o assunto não é trabalho, o espírito participativo leva muitos indivíduos da terceira idade a fazer questão de comparecer e participar nos processos decisivos ligados aos interesses da comunidade, a exemplo dos processos eleitorais, onde muitos querem dar o exemplo de cidadania, mesmo quando são dispensados da obrigação devido à idade avançada.

Algumas ações verificadas na última década têm contribuído também para integrar a pessoa da terceira idade à sociedade. Segundo Debert (2004), no Brasil, houve nos últimos dez anos, uma proliferação de programas voltados para os idosos, como as “escolas abertas”, as “universidades para a terceira idade” e os “grupos de convivência de idosos”. São programas que encorajam o idoso na busca da auto-expressão e na exploração de identidades. Através destes programas, surge o espaço para que uma experiência inovadora possa ser vivida de forma coletiva, o que indica que a sociedade brasileira aos poucos está se tornando mais sensível à questão do envelhecimento, ao mesmo tempo atividades dessa natureza ajudam a despertar motivações no idoso, inclusive motivações empreendedoras.

Apesar desses avanços, Debert (2004) chama a atenção para algo importante, ao afirmar: “contudo, o sucesso surpreendente dessas iniciativas é proporcional à precariedade dos mecanismos de que dispomos para lidar com a velhice avançada”. (DEBERT, 2004, p. 15).

Para Lopes (2000) apud Bulla e Kaefer (2003), a forma de se viver à velhice está associada a uma série de questões que se interligam, tornando-se algo mais complexo, em função da heterogeneidade que é uma das características desta etapa da vida. Ou seja, o envelhecimento não ocorre de maneira igual para todas as pessoas, pois cada um constrói sua

própria história de vida, com características e dificuldades diferentes. Por isso não se deve tratar a velhice de forma homogênea, as diferenças entre as pessoas devem ser consideradas.

Para o idoso empreendedor, que goza de perfeita saúde física e mental, ficar em casa todos os dias de pijama e de chinelos pode ser algo entediante. Mas para um idoso fragilizado que não goza de um bom estado de saúde física ou mental seria algo natural e até necessário ao seu bem-estar.

No entanto, há de se ressaltar que os futuros idosos terão um potencial cada vez maior e melhor para desenvolver atividades empreendedoras, não somente pela questão do aumento da população idosa no mundo e da qualidade de vida nessa faixa etária, mas, sobretudo, porque os idosos do futuro são os jovens de hoje, criados e educados na era da informação, com um nível de escolaridade muito superior ao de seus avós, aliando-se a esse panorama a evolução das ciências em todas as áreas do conhecimento, o que possibilitará a realização de empreendimentos que hoje não se pode sequer imaginar, tamanha a rapidez de evolução das tecnologias.

2.3 ECONOMIA INFORMAL

O mercado de trabalho no Brasil, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, apresenta algumas peculiaridades que o diferenciam da realidade encontrada nos países desenvolvidos, trata-se da presença marcante do chamado setor informal.

Apesar das muitas críticas e polêmicas que ainda existem em torno da chamada economia informal, esse mercado na verdade corresponde a uma “inovação” dos países em desenvolvimento.

De acordo com a Pesquisa Econômica Informal Urbana - Ecinf 2003, realizada pelo IBGE, existiam no Brasil, em outubro de 2003, 13,86 milhões de pessoas ocupadas em

negócios informais, distribuídas conforme a posição da seguinte forma: trabalhadores por conta própria (9,5 milhões) incluindo os sócios, empregadores (1,45 milhões) incluindo os sócios, empregados com carteira assinada (797,3 mil), empregados sem carteira assinada (1,34 milhão), trabalhadores não remunerados (706,9 mil) e sem declaração (55,3 mil).

De acordo com o SEBRAE (2005), ao analisar os resultados da Ecinf 2003 mencionada acima, e considerando hipoteticamente que existam dois dependentes para cada empreendedor informal, seriam cerca de 42 milhões de pessoas vivendo das rendas desse mercado. Esse contingente revela o quanto este setor é importante para a geração de renda no Brasil.

A magnitude, natureza e composição do setor informal variam entre diferentes regiões e países de acordo com o nível de desenvolvimento e a estrutura de suas economias. Com base nas recomendações da 5ª Conferência de Estatísticos do Trabalho promovida pela Organização Internacional do Trabalho – OIT, em janeiro de 1993, considerou-se que:

- ✓ Para delimitar o âmbito do setor informal, o ponto de partida é a unidade econômica – entendida como unidade de produção – e não o trabalhador individual ou a ocupação por ele exercida;
- ✓ Fazem parte do setor informal as unidades econômicas não-agrícolas que produzem bens e serviços como principal objetivo de gerar emprego e rendimento para as pessoas envolvidas, sendo excluídas aquelas unidades engajadas apenas na produção de bens e serviços para o autoconsumo;
- ✓ As unidades do setor informal caracterizam-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, enquanto fatores de produção;

- ✓ Embora útil para propósitos analíticos, a ausência de registros não serve de critério para a definição do informal na medida em que o substrato da informalidade se refere ao modo de organização e funcionamento da unidade econômica, e não a seu *status* legal ou às relações que mantém com as autoridades públicas. Havendo vários tipos de registro, esse critério não apresenta uma clara base conceitual; não se presta a comparações históricas e internacionais e pode levantar resistência junto aos informantes;
- ✓ Que a definição de uma unidade econômica como informal não depende do local onde é desenvolvida a atividade produtiva, da utilização de ativos fixos, da duração das atividades das empresas (permanente, sazonal ou ocasional) e do fato de tratar-se da atividade principal ou secundária do proprietário da empresa.

De forma resumida, pertencem ao setor informal todas as unidades econômicas de propriedade de trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados, sejam elas a atividade principal de seus proprietários ou atividades secundárias. Vale salientar que, no caso da realização da Ecinf há uma limitação que é o recorte urbano, uma vez que, desconsidera as atividades não-agrícolas dos moradores da zona rural, onde na prática se observa a existência de pequenos negócios informais que, para fins de pesquisa, são descartados, já que elevariam demasiadamente os custos da pesquisa. A pesquisa também descarta os trabalhadores domésticos e a chamada “população de rua”. Os primeiros pelo fato de já serem alvo de outros tipos de pesquisas feitas pelo próprio IBGE e o segundo grupo pelo fato de não terem um domicílio certo e cujas práticas econômicas não são socialmente aceitas.

Uma das formas mais comuns de informalidade é o vendedor ambulante, popularmente conhecido como camelô, uma vez que este ingressa facilmente nesse ramo e

normalmente trabalha por conta própria. Casos assim são cada vez mais corriqueiros no país, já que para muitos cidadãos esta é a única alternativa de inserção no mercado de trabalho, ainda que informal, tendo em vista a grande dificuldade de inclusão no mercado formal e ou mesmo devido aos baixos salários oferecidos por este.

2.3.1 Perfil do empreendedor informal

A mesma pesquisa Ecinf 2003 comentada pelo SEBRAE (2005) aponta os motivos que levaram os empreendedores informais a iniciarem o seu negócio. Os resultados mostraram que o motivo *não encontrou emprego* foi a razão apontada por 33,2% dos trabalhadores por conta própria e por apenas 16,0% dos empregadores, ressaltando uma das principais diferenças entre os dois tipos de empreendedores. Outra maneira de verificar se há diferenças que denotem um maior ou menor grau de empreendedorismo entre eles é através da soma dos percentuais das respostas de todos os itens que indiquem empreendedorismo, a saber: *oportunidade de fazer negócio, independência, tradição familiar, experiência na área e enxergar um negócio promissor*. Os empregadores totalizaram 65,5% nesses quesitos, enquanto os trabalhadores por conta própria, 38,0%, sinalizando que os primeiros apresentam de modo mais intenso as características do empreendedor, entre as quais assumir mais riscos, investir mais, e liderar pessoas (empregados) no empreendimento. Ainda com relação à importância do setor informal, Gonçalves e Júnior (2002) afirmam que:

O setor informal passa também a figurar no contexto da economia urbana como sendo de grande importância para a manutenção de uma certa ordem social, que poderia vir a ser desfeita pela pressão dos que se encontram excluídos do mercado de trabalho formal, e que sem a oportunidade de encontrar emprego poderiam vir a se rebelar.(GONÇALVES E JÚNIOR, 2002, p.7).

De acordo com estes autores o que fazer com os ambulantes, tornou-se uma das principais questões do espaço público: “... em lugares onde eram costumeiramente inexpressivos, o aparecimento de algumas centenas deles, por questão de escala gera polêmicas”. (GONÇALVES E JÚNIOR, 2002, p. 14).

Neste sentido, algumas capitais brasileiras e cidades do interior estão buscando solucionar essa questão do espaço público através da construção de shoppings populares, com o apoio do governo estadual e municipal. Tais estabelecimentos ficaram conhecidos como “camelódromos”, a exemplo do Shopping Centro Edson Diniz localizado no município de Campina Grande – PB, no qual foi realizado o presente estudo. Com essas medidas governamentais, preserva-se o espaço público, liberando as ruas e calçadas para a circulação de veículos e de pedestres, e ao mesmo tempo cria-se um espaço comercial organizado, oferecendo aos empreendedores informais melhores condições de trabalho e dignidade, além de maior segurança, tanto para os profissionais que lá trabalham quanto para seus clientes.

De acordo com o a pesquisa Ecinf 2003, dentre as pessoas ocupadas no setor informal, 69% eram trabalhadores por conta própria, 10% empregadores, 10% empregados sem carteira assinada, 6% trabalhadores com carteira assinada e 5% não-remunerados. Praticamente esses números não sofreram alterações em relação pesquisa realizada em 1997, quando 67% eram trabalhadores por conta própria, 12% empregadores, 10% empregados sem carteira assinada, 7% trabalhadores com carteira assinada e 4% não-remunerados.

Na maior parte das categorias em 2003 predominava o sexo masculino, 64% das pessoas ocupadas, com exceção de não-remunerados, onde 64% eram mulheres, o que correspondia a 3% da população ocupada.

Apesar de existir no Brasil uma alta taxa de mortalidade dos pequenos negócios, Oliveira e Guimarães (2006) afirmam que:

...a partir dos anos 90, a cada ano, o nascimento de pequenas empresas continua crescendo, como também vem expandindo o número de atividades autônomas na economia brasileira, parecendo indicar que existem fortes motivos para que milhares de pessoas se aventurem na atividade empreendedora. (OLIVEIRA E GUIMARÃES, 2006, p.2).

Quanto ao perfil destes seletos proprietários sobreviventes do mercado informal, isto é, “trabalhadores por conta própria” e empregadores, o SEBRAE (2005, p. 31) descreve da seguinte forma:

- Os autônomos homens são estimados em 6,2 milhões (65,3%), as mulheres, 3,3 milhões (34,7%); os empregadores homens são 1,05 milhão (72,6%), as mulheres, 396,3 mil, ou 27,4%;

- Em relação à idade, a concentração ocorre nas faixas de 25-39 anos e de 40-59 anos, com o total de 82,9% das pessoas nessas faixas (homens e mulheres); a idade preponderante ocorre na segunda faixa, com 45,6% das pessoas, mostrando que os negócios informais constituem oportunidade de ocupação importante para as pessoas de idade mais avançada; (fazer paráfrase).

- Quanto ao nível de instrução, 60,1% das pessoas possuem no máximo, até o grau do ensino fundamental, por tipo de empresário. O grau universitário completo representa 6,3% do total dos autônomos e 18,3% dos empregadores;

- Quanto à idade em que os proprietários começaram a trabalhar, os dados mostram um elevado número de pessoas com idade até 14 anos, representando 56,4%; adicionando o percentual dos que se iniciaram nas atividades com idade entre 15-18 anos, a proporção dos que começaram até os 18 anos alcança 87,0 %;

- Quanto à frequência a cursos de especialização, 2,6 milhões, ou 24,5%, responderam estar freqüentando ou já ter freqüentado algum tipo de curso;

- O rendimento médio geral de todos os proprietários, seja proveniente do trabalho no setor informal ou a soma desse e de outro(s) trabalho(s), alcançou R\$ 753 (outubro de 2003), equivalente a 3,1 salários mínimos, sendo de R\$ 623 (2,6 salários mínimos) no caso dos por conta própria e R\$ 1.606 (6,7 salários mínimos) para os empregadores. A diferença de rendimento entre homens e mulheres é alta: 71,5% no caso dos autônomos e 26,8% para os empregadores.

O IPEA afirma que “ao longo de toda a década de 1990, o mercado de trabalho brasileiro experimentou um aumento da informalidade”. (IPEA, 2006, p. 263).

Segundo o IPEA (2006) “a legislação sobre aposentadoria urbana por idade estabelece a idade mínima de 65 anos para homens e 60 para mulheres”. (IPEA, 2006, p. 85).

De acordo com o IPEA “fica bastante evidente a trajetória ascendente da informalidade e a presença mais intensa nas regiões metropolitanas, entre mulheres, entre os menos instruídos e também entre as menores empresas”. (IPEA, 2006, p. 264).

De acordo com o instituto nota-se uma evidente classe no ciclo da vida em três amplas etapas segundo a função social dominante das pessoas: “infância e adolescência” ou “primeira idade” (estudantes); “vida adulta” ou “segunda idade” (trabalhadores); e “velhice” ou “terceira idade” (aposentados). Onde esta última será analisada posteriormente. (IPEA, 2006, p. 86).

Comparando os tipos de motivações para empreender, a pesquisa Ecinf 2003 constatou que os dois principais motivos que levam as pessoas a se engajarem em atividades informais foram: a necessidade de renda e dificuldade de conseguir emprego. De outro lado, a principal alegação dos pequenos empregadores para operarem empreendimentos próprios era a busca de independência, o que está de acordo com o argumento de qual parcela da atividade informal pode resultar da escolha dos indivíduos. Uma pequena proporção de pessoas alegou que as razões de estarem na informalidade eram a busca de trabalho secundário, horário

flexível, experiência na área, dentre outros. Parece que o envolvimento com o empreendedorismo informal resulta, de um lado, da falta de opção de renda e emprego, e de outro, da opção de pessoas que buscam independência. Assim, parece que o perfil das pessoas nos empreendimentos informais é divergente. (Brasil. Ministério da Previdência Social, 2003, p. 98)

2.3.2 Economia informal e o idoso empreendedor

Para o idoso com perfil empreendedor, as oportunidades existentes no mercado informal, surgem como alternativas que podem ajudá-lo a recuperar o seu lugar na parcela da população economicamente ativa e, com isso, também reaver a sua dignidade e auto-estima, superando e combatendo a indiferença ou a discriminação em relação à sua pessoa enquanto integrante do grupo da terceira idade, passando, então, a sentir-se privilegiado por fazer parte da chamada “melhor idade”.

O IPEA afirma que “apesar de o benefício previdenciário ser uma compensação pela perda de capacidade laboral, no caso brasileiro, a aposentadoria não significa necessariamente retiro da força de trabalho”. (IPEA, 2006, p. 85). Segundo o instituto, no ano de 2000, 16,4% dos aposentados encontravam-se incluídos no mercado de trabalho.

Segundo Sobral (1999) apud Bulla e Kaefer (2003) antes de qualquer ação, é preciso identificar quais são realmente as necessidades dos idosos, buscar compreender o que pensam sobre sua condição de aposentados e sobre a atual crise social, onde os mais jovens também estão sofrendo o desemprego.

Isto implica dizer que as chances dos mais velhos tornam-se bem menores no mercado de trabalho. Segundo Bulla e Kaefer (2003):

Em um sistema econômico como o do Brasil, que valoriza mais a juventude, o posto de trabalho para idosos é mais difícil, pois são vistos como incapacitados, com

reduzida força produtiva, raramente levando-se em conta a experiência adquirida pelos mais velhos. (BULLA E KAEFER, 2003, p. 4).

Segundo Amarilho (2005) apud Nascimento et alii (2006) é através do trabalho, visto como expressão genuína da energia humana, que o homem desenvolve a si mesmo e também participa da construção da sociedade em que vive. Sobre este aspecto os autores salientam que:

Parece enganosa a crença de que o trabalho seja limitado apenas àqueles que são jovens detentores de força física, uma vez que esta é apenas uma das energias a serem utilizadas nas atividades laborativas. As potencialidades mentais dos indivíduos da terceira idade, hoje comprovadas, merecem, portanto, ser entendidas como sinônimo da força produtiva de que são detentores. (AMARILHO, 2005 apud NASCIMENTO et alii 2006, p.2).

Diante da grande concorrência no mercado de trabalho exige-se, cada vez mais, um determinado perfil, considerado adequado. As empresas se tornaram mais exigentes, esperando sujeitos super qualificados, que demonstrem capacidade de responder às suas expectativas e exigências. França (1999) apud Bulla e Kaefer (2003, p. 4) ressaltam que “os empregadores poderiam valorizar os idosos, como consultores e treinadores, que teriam oportunidade de passar suas experiências aos mais jovens”. Isso ampliaria a possibilidade de trabalho dos idosos, que já não conseguem se manter com os reduzidos valores de sua aposentadoria. Nesse caso, ambos sairiam ganhando, pois o idoso teria uma oportunidade de voltar à ativa e a empresa reduziria os investimentos com treinamentos externos ou com o longo período de aprendizagem de um iniciante.

Desta forma, uma vez que ainda são tímidas as iniciativas do mercado formal no sentido de aproveitar a experiência dos idosos, pois as empresas em geral não se mostram muito interessadas nessa parceria, os idosos acabam migrando mesmo para o mercado informal, principalmente aqueles que não dispõem de capital ou motivação para enfrentar um

negócio próprio formal devido aos custos elevados e à burocracia envolvida no processo de abertura de uma empresa formalizada.

Diante do exposto, vê-se que o potencial profissional da terceira idade tende a ser empregado de fato na economia informal, sendo esta no momento a melhor e mais acessível alternativa para quem precisa e quer fazer dessa fase da vida a sua melhor idade.

CAPÍTULO III

ASPECTOS METODOLÓGICOS

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipo de pesquisa

Quanto aos seus objetivos esta pesquisa caracteriza-se como descritiva. Nesse tipo de pesquisa, segundo Andrade (2003, p. 124) “os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles”. A pesquisa descritiva é também apontada por Silva (2006, p.89) como aquela que “tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre as variáveis”.

Essa tipologia mostra-se adequada ao presente estudo, uma vez que o mesmo buscou analisar o perfil de comerciantes idosos que atuam em um shopping popular no município de Campina Grande – PB, a fim de identificar a presença de características empreendedoras e categorizar os empreendedores quanto ao seu tipo de motivação para empreender (se por oportunidade ou por necessidade).

A pesquisa apresenta também um caráter exploratório, pois, de acordo com Andrade (2003), este tipo de estudo constitui o primeiro passo de todo trabalho científico, proporcionando maiores informações sobre determinado assunto e facilitando a delimitação do tema estudado, de modo a definir os objetivos ou formular hipóteses, ou ainda descobrir um novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente.

Ainda pode-se caracterizar a pesquisa exploratória na perspectiva de Beuren e Colauto (2003), os quais afirmam que esse tipo de pesquisa em geral ocorre “quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada”. Também, segundo Gil (1999) apud Beuren e Colauto (2003, p. 80) “esse tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado”, contribuindo para aprofundar conceitos preliminares sobre determinada

temática que não tenha sido contemplada de modo satisfatório anteriormente, como é o caso da temática que norteou esta pesquisa que foi o empreendedorismo na terceira idade.

Neste sentido, observou-se que há muitos estudos que abordam as características do empreendedor, inclusive pesquisas voltadas para o mercado informal, mas não são focados no empreendedor da terceira idade. Por outro lado, há também inúmeros trabalhos publicados sobre a terceira idade, mas são, em sua maioria, voltados para a área de saúde, serviço social, exclusão social ou inclusão do idoso no mercado de trabalho formal, entre outros temas, não tendo sido identificados na revisão de literatura realizada, nenhum estudo que contemplasse ao mesmo tempo as temáticas empreendedorismo, terceira idade e economia informal.

Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa de campo, a qual é definida por Marconi e Lakatos (1999) da seguinte forma:

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles (MARCONI E LAKATOS, 1999, p.85).

De acordo com Andrade (2003) a pesquisa de campo é baseada na observação dos acontecimentos conforme ocorrem em sua realidade. O pesquisador colhe os dados “em campo”, utilizando nesse processo várias técnicas, as quais serão explicitadas mais adiante.

3.2 Universo e amostra

Acerca do universo ou população pesquisada, Silva (2006, p. 73) afirma que “o universo da pesquisa ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam, pelo menos, uma característica em comum”. O mesmo autor define a amostra

como sendo “uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população)”.

A escolha de uma amostra para a realização de um trabalho de pesquisa ocorre principalmente devido a possíveis limitações de tempo para pesquisar todos os elementos do universo. E também se a população for muito grande, e até demasiadamente grande, torna-se inviável considerá-la em sua totalidade, o que dificultaria a realização da pesquisa.

Na presente pesquisa optou-se por trabalhar com uma amostra do tipo não-probabilística por acessibilidade, a qual é conceituada por Gil (1999) como aquela onde o pesquisador somente obtém os elementos aos quais tenha facilidade de acesso, admitindo que eles sejam adequadamente representativos da população.

A intenção inicial do presente estudo era trabalhar com o universo formado por todos os comerciantes com idade igual ou superior a 60 anos que possuem estabelecimentos comerciais no Shopping Centro. Todavia isso não foi possível, pelo fato de que as informações disponíveis sobre os proprietários dos boxes estavam desatualizadas e, segundo a administração do shopping, estava sendo organizado um recadastramento para proceder as atualizações necessárias, entretanto, isto não seria feito de imediato, motivo pelo qual, tais informações não estariam disponíveis em tempo hábil para a realização desta pesquisa.

Porém, foi informada pela administração do shopping uma estimativa da quantidade de lojistas com 60 anos ou mais, sendo fornecida uma lista contendo 18 nomes dos proprietários com os respectivos números dos boxes, para facilitar a localização dos mesmos. Da lista fornecida, dois comerciantes foram descartados, após contato, pois estes ainda não haviam completado 60 anos de idade, ficando, portanto, fora da amostra. Dos 16 que restaram, alguns não foram localizados, outros se recusaram a participar da pesquisa, de modo que a amostra ficou restrita a 08 elementos, sendo 04 homens e 04 mulheres que preencheram os requisitos de idade e que aceitaram participar da pesquisa.

Considerando o universo estimado composto por 16 idosos comerciantes, a amostra atingiu 50% desse universo. Vale salientar que o pesquisador percorreu os boxes distribuídos pelos quatro pisos do shopping na tentativa de identificar mais elementos que pudessem integrar a amostra, não tendo logrado êxito.

3.3 Técnicas de coleta de dados

Existem diversas maneiras de se coletar dados, mas todas elas possuem vantagens e desvantagens. Os autores Cervo e Bervian (2002, p.45) orientam que: “na decisão do uso de uma forma ou de outra o pesquisador levará em conta o que menos desvantagens oferecer, respeitados os objetivos da pesquisa”.

Portanto, optou-se pela técnica da entrevista, que segundo Andrade (1995) é uma técnica de observação direta intensiva a qual é muito utilizada na pesquisa das ciências sociais. Quanto às vantagens da técnica, a autora ressalta:

Apresenta algumas vantagens sobre as demais técnicas, pela possibilidade de ser utilizada com pessoas de todos os segmentos sociais, analfabetas ou semi-alfabetizadas; o entrevistador pode repetir ou esclarecer a pergunta, formulando-a de maneira diferente. (ANDRADE, 1995, p. 26)

Além disso, a autora acrescenta que a entrevista possibilita a obtenção de informações precisas, bem como a observação de atitudes, gestos e reações do sujeito entrevistado, e em algumas situações permitem, inclusive, que os dados obtidos sejam quantificados e tratados estatisticamente. Porém é uma técnica que exige certa habilidade do entrevistador, e precisa ser muito bem planejada, executada e interpretada adequadamente.

Para a realização da entrevista com os idosos, alvo da pesquisa, foram consideradas as recomendações acerca da linguagem utilizada, observando a clareza e a simplicidade, de

modo a garantir o entendimento de todos sobre o que estava sendo perguntado, pois já se esperava que o grau de escolaridade dos entrevistados fosse baixo.

Por isso, foi elaborado um roteiro de entrevista composto de três partes: a primeira formada por questões relacionadas ao perfil sócio-demográfico dos entrevistados, envolvendo sexo, idade, estado civil, entre outras, totalizando 07 perguntas. Na segunda parte foram incluídas as questões relacionadas às características do empreendedor e sua motivação para empreender, perfazendo um total de 20 questões. Na terceira parte do roteiro, as perguntas se referiam à percepção do idoso em relação à terceira idade, sendo feitas 09 perguntas.

A questão de nº 20 inserida na segunda parte do roteiro de entrevista, foi elaborada a partir do modelo de características empreendedoras de McClelland (1972) apud Greatti (2003). Nessa questão foi solicitado durante a entrevista que o entrevistado escolhesse entre duas frases que faziam afirmações antagônicas entre si. Ao todo foram 11 pares de frases curtas, totalizando 22 frases. Em cada bloco de duas frases, era solicitado que o entrevistado escolhesse apenas uma, ou seja, aquela que mais se aproximava de sua opinião ou comportamento. Cada bloco de duas frases continha uma frase na qual estava implícita certa característica comportamental atribuída ao perfil empreendedor e a outra frase que expressava exatamente o oposto desse comportamento. Assim foi feito para possibilitar a identificação das características presentes ou ausentes no comportamento de cada um dos entrevistados. As outras 19 perguntas referentes à segunda parte do roteiro tinham os seus conteúdos direcionados à identificação dos motivos que levaram o entrevistado a montar seu próprio negócio, visando com isso a sua categorização como empreendedor por oportunidade ou por necessidade.

Optou-se por não gravar as entrevistas, para não intimidar os entrevistados, os quais poderiam ficar inibidos ou constrangidos. Além do mais, por se tratar de entrevistas feitas em um local de trabalho bastante movimentado, ocorriam várias interrupções, sempre que o(a)

lojista tinha que atender um cliente que chegava. Isso, de certo modo, foi benéfico, já que esse tempo entre uma questão e outra era utilizado pelo pesquisador para fazer anotações importantes e também para observar atitudes e comportamentos dos entrevistados, daí ter-se utilizado a observação tanto quanto possível.

As entrevistas foram realizadas no período compreendido de 10 / 06 / 2009 a 17 / 06 / 2009 e tiveram uma duração média de 65 minutos.

3.4 Métodos de análise dos dados

No que se refere ao tratamento dos dados, a pesquisa foi ao mesmo tempo quantitativa e qualitativa. Quantitativa, pois, segundo Marconi e Lakatos (1986, p. 126) “os caracteres são expressos em números, focalizados em termos de quantidade do fator presente em uma situação”. Os dados coletados através da entrevista receberam tratamento estatístico, para posteriormente serem analisados.

Foi utilizado para a análise estatística dos dados, o programa Microsoft Excel (2007) para a criação de tabelas e gráficos. Foram utilizadas, também, as técnicas estatísticas de distribuição de frequência, sendo a frequência absoluta entendida como os valores que representam o número de dados de uma classe, que, por sua vez, são intervalos de variação da variável. A frequência relativa pode ser entendida como valores das razões entre frequências absolutas e a frequência total, sendo representada por porcentagem (MARCONI E LAKATOS, 1999).

Quanto à abordagem qualitativa, Beuren e Colauto (2003, p. 92-93) destacam:

A abordagem qualitativa visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo, haja vista a superficialidade deste último... é freqüentemente aplicada nos

estudos descritivos, que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis e a relação de causalidade entre fenômenos (BEUREN E COLAUTO, 2003, p. 92-93)

Os autores ainda acrescentam que os estudos que adotam uma abordagem do tipo qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, além de analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

Segundo Richardson (1999) apud Beuren e Colauto (2003) a pesquisa qualitativa ressalta também a contribuição no processo de mudança de determinado grupo e torna possível um maior aprofundamento, bem como o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

Para avaliar qualitativamente os resultados desta pesquisa foi utilizada a análise de conteúdo dos depoimentos espontâneos fornecidos pelos entrevistados durante o desenrolar das entrevistas, onde ficavam à vontade para discorrer sobre as perguntas feitas, enquanto os depoimentos eram registrados por escrito, muitos dos quais serão transcritos dos no capítulo IV a seguir, quando serão analisados os resultados da pesquisa. Por se tratar de uma amostra pequena, composta por apenas 08 pessoas, foi possível analisar o conteúdo desses depoimentos relacionando-os com os demais resultados obtidos na pesquisa.

CAPÍTULO IV

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4. Apresentação e Análise dos Resultados

A seguir serão apresentados e analisados os resultados obtidos a partir das entrevistas realizadas com os idosos que possuem comércio no Shopping Centro, na cidade de Campina Grande – PB. A sequência de apresentação dos dados baseou-se no roteiro da entrevista, e os dados estão organizados em três partes. Na primeira parte será apresentado o perfil sócio-demográfico dos entrevistados, buscando caracterizá-los quanto aos aspectos de sexo, idade, estado civil, escolaridade, entre outros. Na segunda parte serão apresentados e comentados os resultados obtidos quanto ao perfil empreendedor dos entrevistados e à sua motivação para empreender. Na terceira e última parte serão apreciadas as questões referentes à percepção dos entrevistados sobre alguns aspectos relacionados com a terceira idade, envolvendo a disposição para o trabalho, os cuidados com a saúde, entre outros fatores.

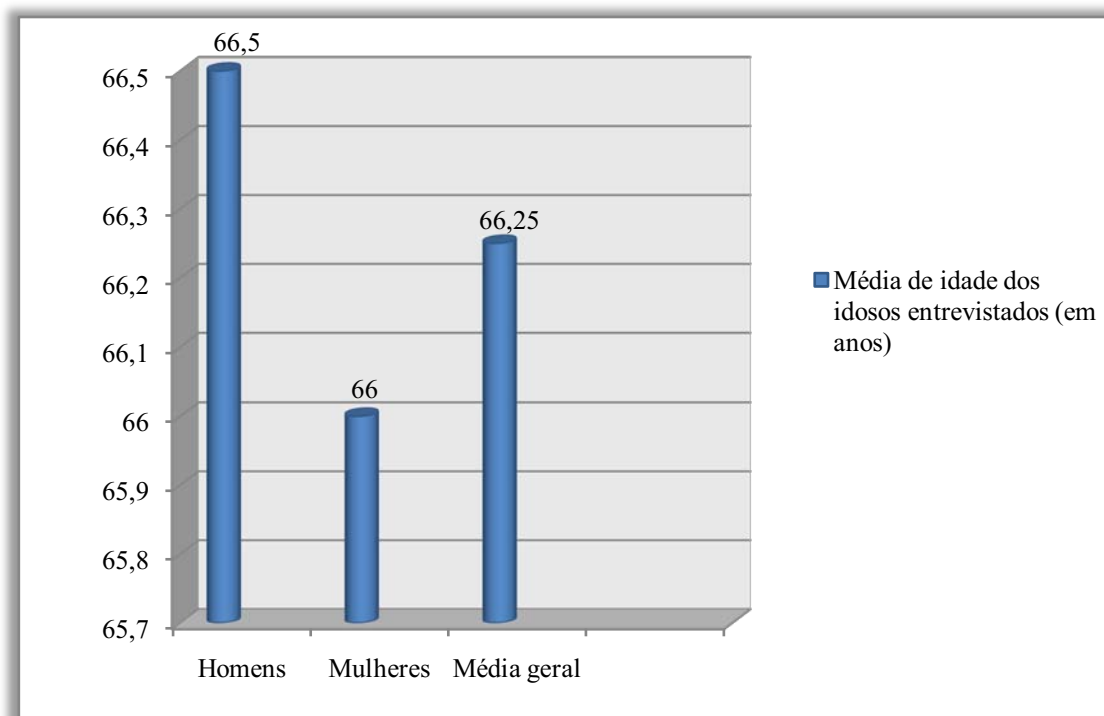
4.1 Parte 1 – Perfil sócio-demográfico

4.1.1 Sexo

Da estimativa de 16 idosos informada pela direção do shopping, utilizou-se uma amostra de 08 pessoas, sendo 04 do sexo masculino (50%) e 04 do sexo feminino (50%).

4.1.2 Idade

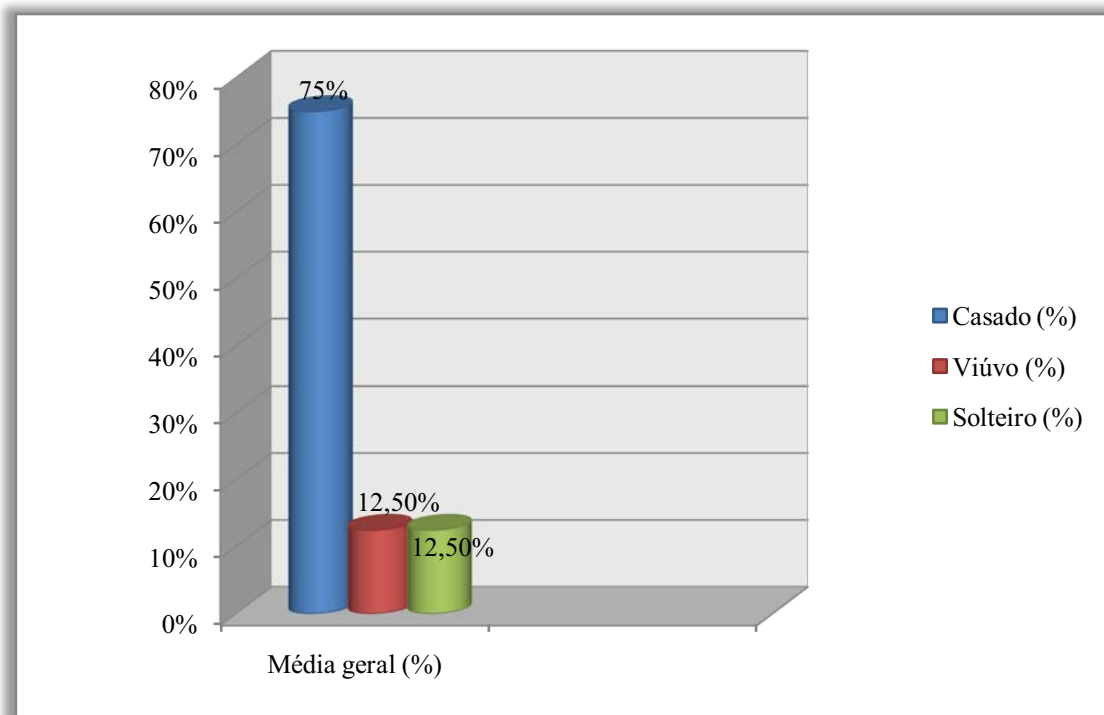
A idade dos entrevistados está compreendida em uma escala que vai de 60 a 74 anos, representando uma média de idade de 66,25 anos conforme ilustrado no gráfico 01 a seguir.

Gráfico 01: Média de idade dos entrevistados

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.1.3 Estado civil

De acordo com os dados ilustrados no gráfico 02 a seguir 75% da amostra pesquisada é formada por idosos que ainda se encontram casados, portanto seus respectivos cônjuges estão vivos, o que de certo modo confirma as tendências reveladas pelas estatísticas do IBGE quanto ao aumento da longevidade das pessoas, tendo em vista a crescente população de idosos no país, especialmente no estado da Paraíba.

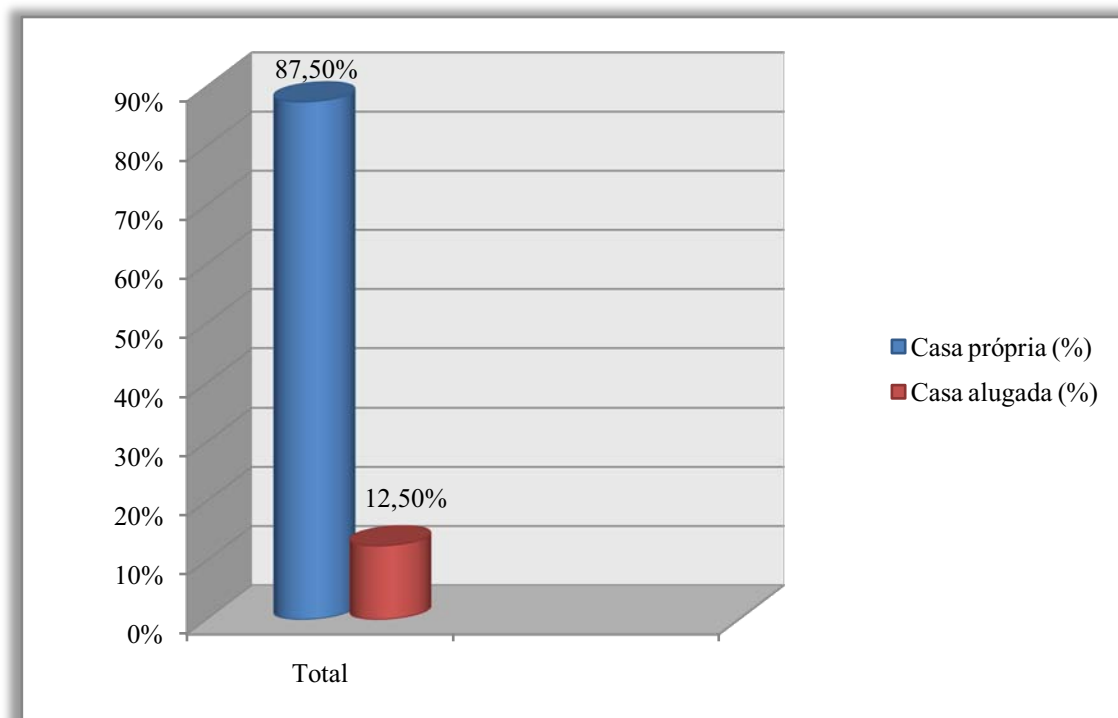
Gráfico 02: Estado civil dos entrevistados

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4. 1.4 Mora em casa própria ou alugada

No gráfico 03 a seguir, observa-se que a maioria dos entrevistados (87,5%) tem suas casas próprias, o que revela um ponto favorável para o idoso empreendedor, pois este, devido à sua independência financeira, não necessita morar em casa de filhos ou parentes e até mesmo aqueles que pagam aluguel (12,5%), não dependem da ajuda de terceiros para custear a sua moradia, o que lhes confere uma maior dignidade, diferentemente da situação em que se encontram muitos outros idosos que não exercem atividade empreendedora e que contam apenas com a sua aposentadoria para sobreviver ou às vezes nem isso, ficando na dependência de seus familiares ou de instituições que os acolhem nessa fase da vida.

Gráfico 03: Quantidade de entrevistados que moram em casa própria ou alugada

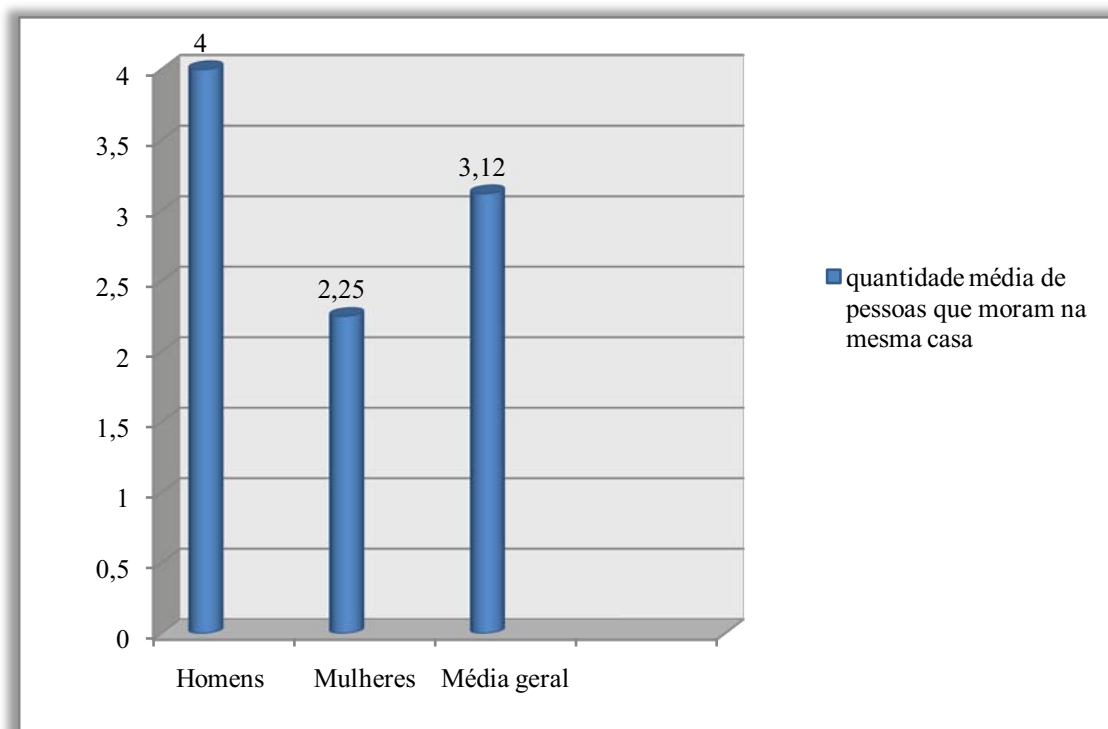


Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.1.5 Quantidade de pessoas que moram na mesma casa

Os resultados mostrados no gráfico 04 a seguir confirmam o que foi verificado no item anterior, no tocante à independência financeira dos entrevistados, considerando que além de residirem em casa própria ou custearem o seu próprio aluguel, ainda dão suporte aos seus familiares, acolhendo filhos solteiros ou casados, além de netos e outros parentes em suas residências

Gráfico 04: Quantidade média de pessoas que moram na mesma casa

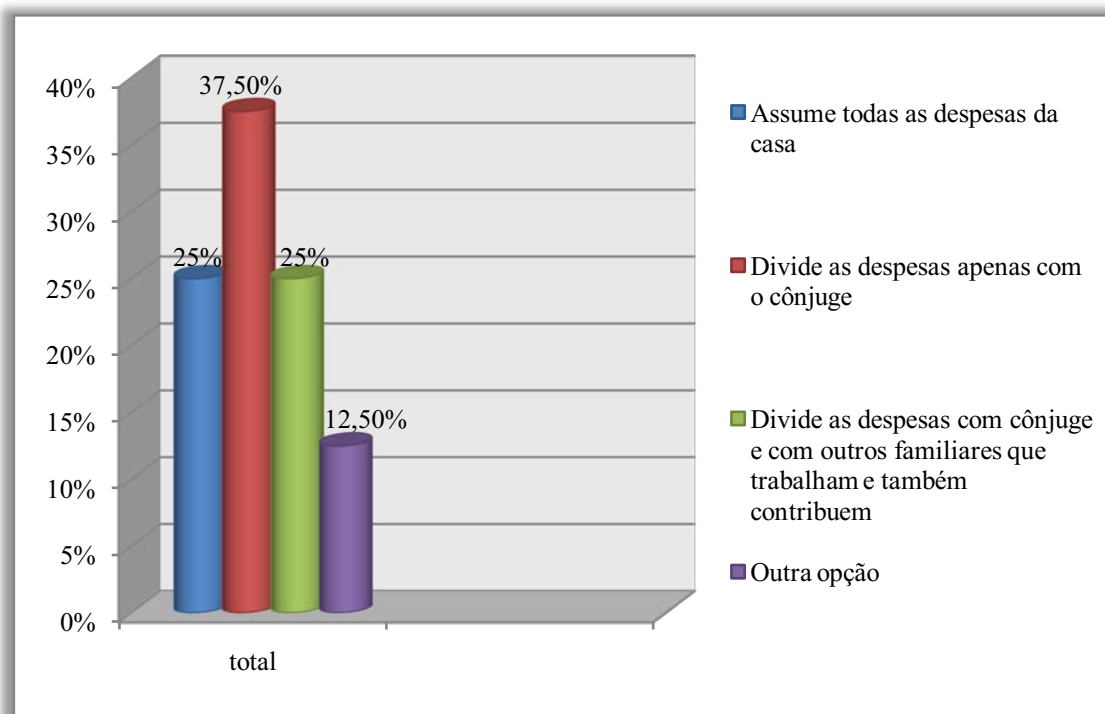


Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.1.6 Participação no sustento da família

Quanto a essa questão, os dados ilustrados no gráfico 05 revelam que 25 % dos entrevistados assumem sozinhos as despesas da casa, sendo que mais da metade dos entrevistados divide as despesas da casa com alguém, seja apenas com o cônjuge (37,5%) ou com outros familiares além do cônjuge (25%), e apenas 12,5% dos entrevistados afirmaram que dividem as despesas da casa com a mãe que é aposentada.

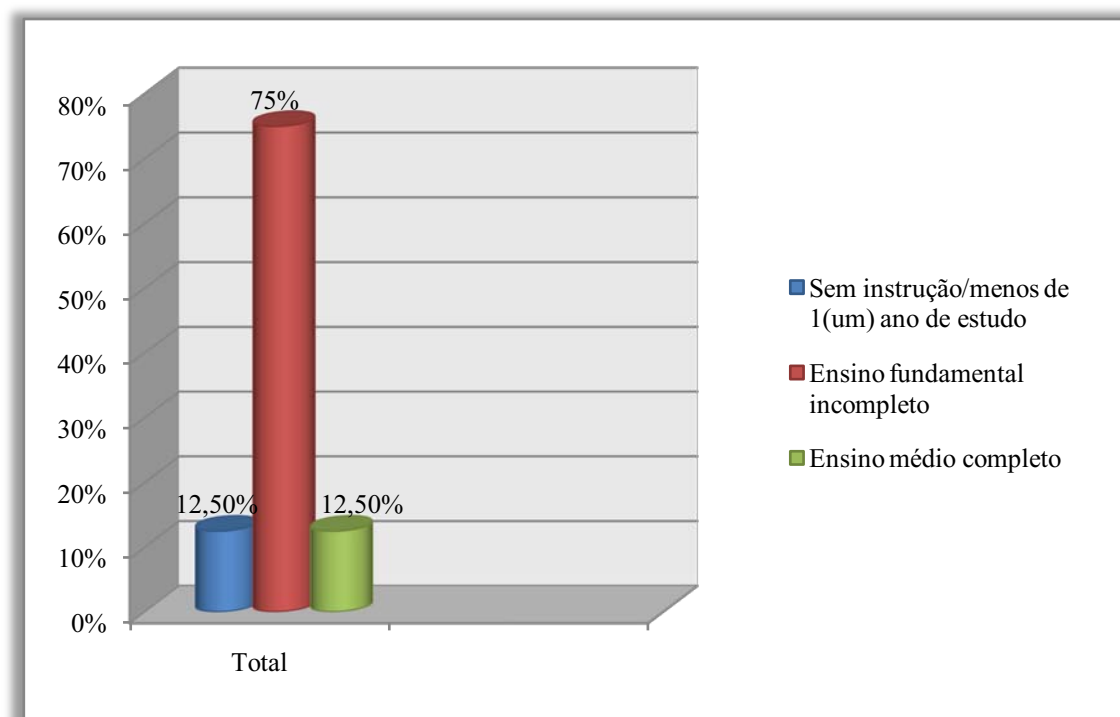
Gráfico 05: Participação no sustento da família



Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.1.7 Grau de instrução

Quanto ao grau de instrução, conforme demonstrado no gráfico 06 a seguir, a maioria (75%) não concluiu o ensino fundamental, o que já se esperava, tendo em vista a realidade brasileira em relação à educação. Também deve ser levado em consideração que se trata de uma pesquisa realizada no mercado informal, onde a exigência de escolaridade é baixa, e também considerando que a maioria dos entrevistados começou a trabalhar ainda muito jovem, o que provavelmente impossibilitou a conclusão dos seus estudos.

Gráfico 06: Grau de instrução dos entrevistados

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

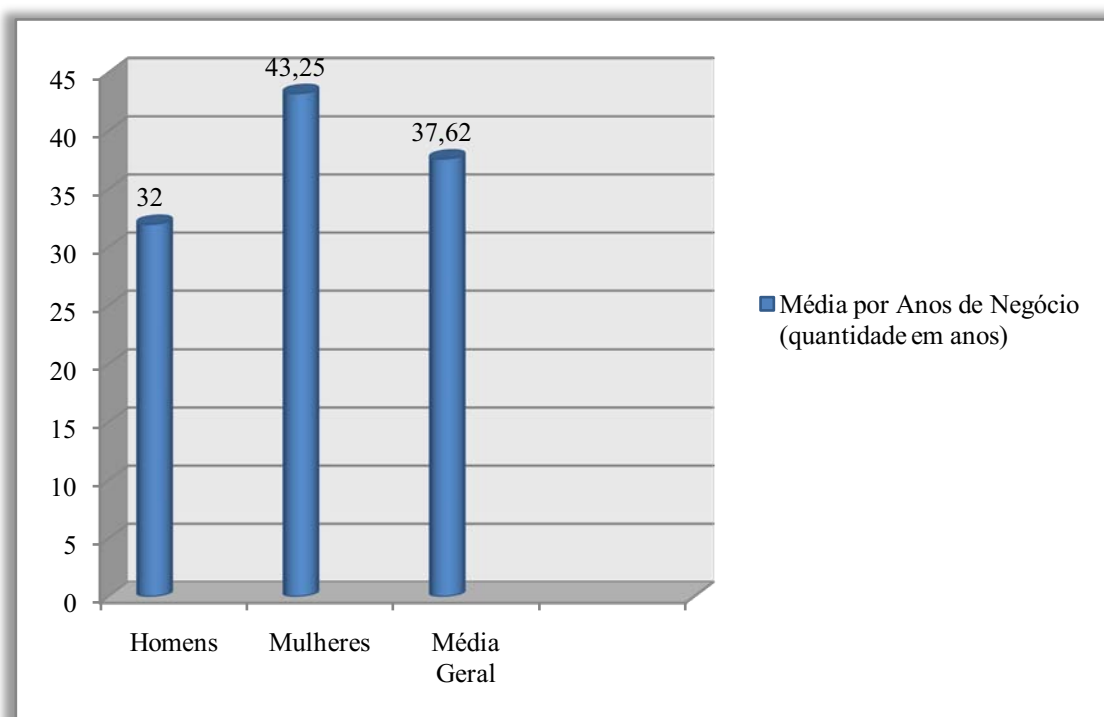
4.2 Parte 2 – Perfil empreendedor e motivação para empreender

4.2.1 Tempo de atuação no negócio

Conhecer bem o seu ramo de negócio é um dos fatores que favorecem o desempenho de um empreendedor e esse conhecimento pode ser avaliado pelo tempo de atuação no negócio. Os dados ilustrados no gráfico 07 a seguir indicam que a média em anos de trabalho no mesmo ramo de atuação é bastante elevada (37,6 anos) na amostra pesquisada, sendo que surpreendentemente as mulheres apresentaram uma média bem superior (43,2 anos) em relação ao tempo médio de trabalho dos homens (32 anos), o que é um fato bastante curioso, pelo fato de serem mulheres pertencentes a uma geração na qual o modelo que prevalecia era o da mulher voltada para as atividades domésticas “do lar” e não da mulher empreendedora.

Entretanto, tal fato pode ser explicado justamente devido à natureza informal da atividade exercida por essas mulheres que ingressaram ainda muito jovens nesse mercado, onde atuavam como camelôs vendendo seus produtos na rua, a maioria confecções femininas, masculinas ou infantis, já que as oportunidades oferecidas pelo mercado formal, além de exigir experiência anterior e um certo grau de escolaridade, eram mais direcionadas aos trabalhadores do sexo masculino, restando às mulheres as atividades domésticas ou o mercado informal.

Gráfico 07: Média em anos de atuação no negócio



Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.2.2 Existência de sócios e funcionários no negócio

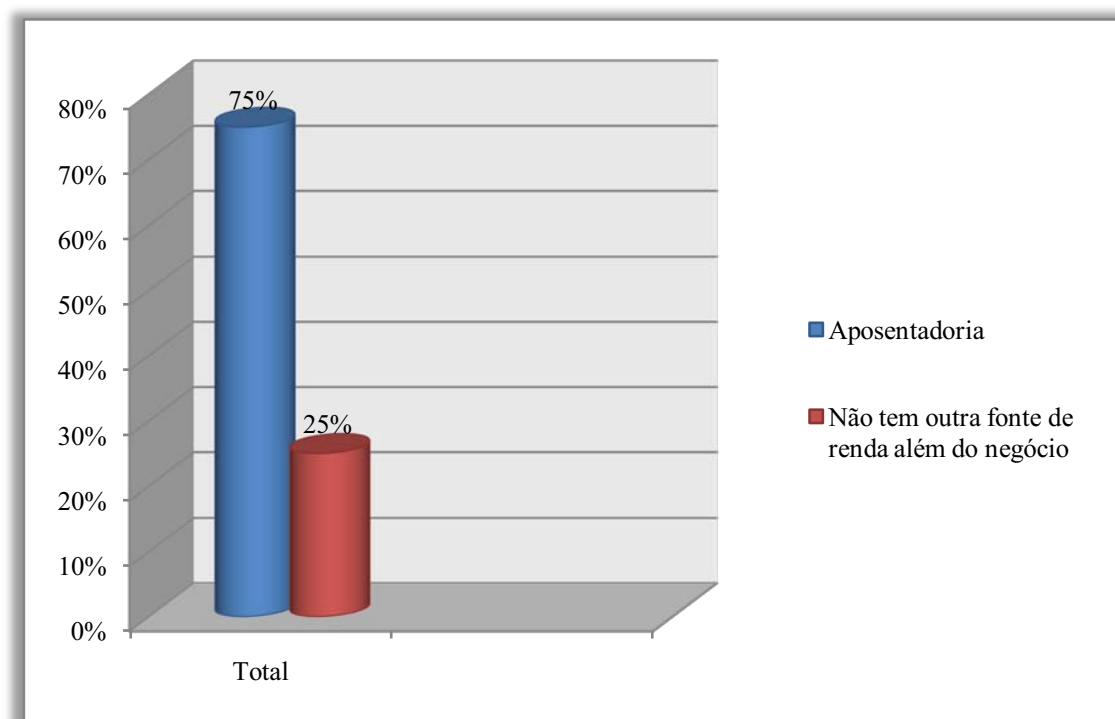
Na amostra pesquisada, nenhum dos entrevistados tem sócio e apenas 12,5% dos entrevistados conta com o trabalho de um funcionário contratado em seu negócio. Todavia, alguns deles contam com a ajuda de familiares que se revezam entre si, como forma de apoiar o idoso empreendedor, principalmente quando o mesmo precisa se ausentar do local de trabalho para fazer refeições, efetuar compras de mercadorias ou resolver outros assuntos relacionados ao negócio.

4.2.3 Existência de outra fonte de renda além do negócio

O fato de um empreendedor possuir outras fontes de renda, tais como aposentadoria, aluguéis de imóveis, pensões, ou quaisquer outros proventos, representa para ele e para o seu negócio uma condição de tranquilidade, já que um dos motivos que levam ao fracasso de muitos empreendimentos, de acordo com pesquisas realizadas pelo SEBRAE em todo o país, é a falta de capital de giro, que pode ocorrer muitas vezes porque o empreendedor precisa tirar o seu sustento do negócio e se o faturamento proveniente desse negócio não for suficiente, a empresa pode ficar descapitalizada. Na amostra pesquisada, conforme ilustrado no gráfico 08 a seguir, a maioria dos entrevistados (75%) já recebe o benefício da aposentadoria e esta constitui sua única fonte alternativa de renda com a qual podem contar, além do negócio. Como já dito anteriormente, alguns destes idosos contam com a colaboração financeira de outros familiares que residem com eles, para custear as despesas do lar, mas em contrapartida esses parentes também geram despesas extras pelo fato de compartilharem a mesma residência. Por esta razão pode-se dizer que a aposentadoria é realmente a sua única fonte de renda alternativa, além dos rendimentos do negócio, para o seu próprio sustento. Apenas 25%

dos entrevistados ainda não se aposentaram e não possuem outra fonte de renda além do próprio negócio. Quando indagados sobre a existência de outros pontos de venda do seu negócio, todos os entrevistados afirmaram possuir apenas o ponto de venda localizado no Shopping Centro.

Gráfico 08: Outras fontes de renda além do negócio



Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.2.4 Atividade que exercia antes do negócio

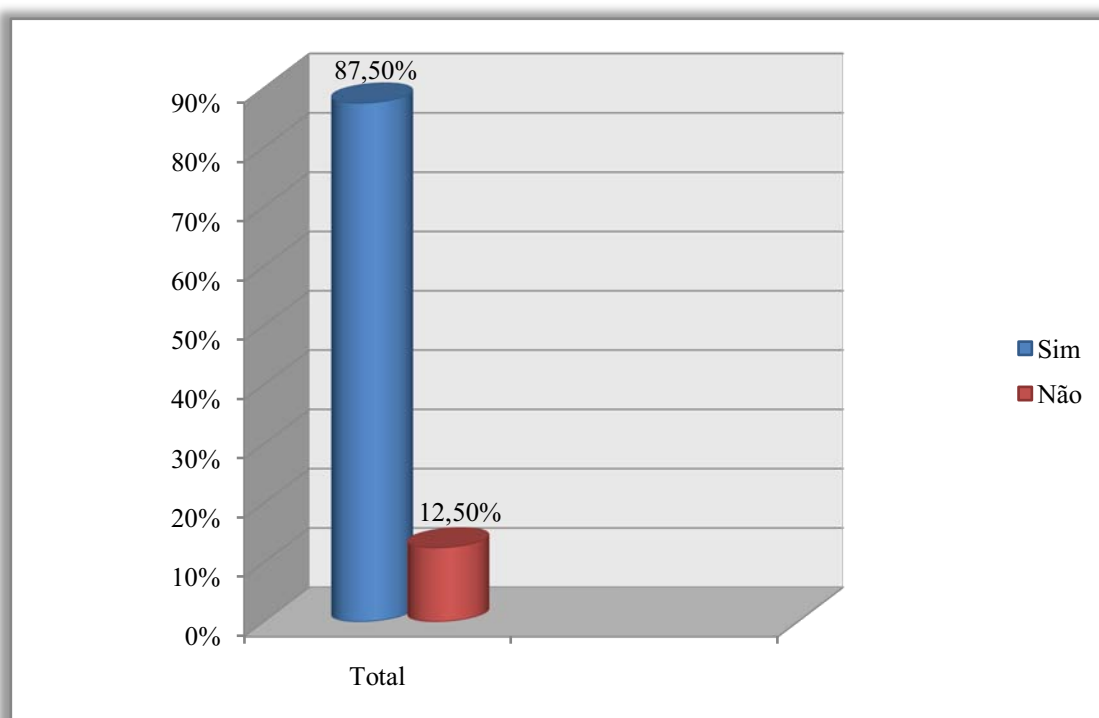
No que se refere à atividade exercida antes de ingressar no negócio, 62,5% dos entrevistados afirmaram que trabalhavam exclusivamente como autônomos, o que reforça a experiência adquirida ao longo dos anos de trabalho no mesmo ramo de atividade. Entre os demais entrevistados alguns tiveram experiências como empregados do setor formal, do qual

saíram por livre e espontânea vontade, para montar o seu próprio negócio e deixar de ser empregado. Apenas uma das mulheres entrevistadas era dona de casa.

4.2.5 Existência de empreendedor na família

Pesquisas indicam que os empreendedores de sucesso são em geral influenciados por outros empreendedores do seu círculo de relações tais como família, amigos, ou ainda por líderes e figuras importantes que são tomadas como modelo. O gráfico 09 abaixo ilustra bem essa questão, confirmando essa tendência no caso da amostra pesquisada no presente estudo, uma vez que 87,5% dos entrevistados declararam ter alguém na família ou em seu círculo de relacionamentos que já teve ou que tem um negócio, e isso lhes serviu de inspiração, referencial e até estímulo para que decidissem montar o próprio negócio.

Gráfico 09: Familiares que já tiveram ou têm um negócio



Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.2.6 Motivação para empreender

Os motivos que levam alguém a ter o próprio negócio é um dos fatores decisivos na identificação do empreendedorismo voluntário (por oportunidade) e involuntário (por necessidade). Cada entrevistado apontou até três motivos que os impulsionaram a ter o próprio negócio. As respostas apresentadas a essa questão foram dispostas em um ranking, com o objetivo de identificar quais os motivos predominantes na amostra. Constatou-se que, a necessidade de complementação de renda e o fato de querer ter o próprio negócio, dividiram o primeiro lugar nesse ranking, sendo apontados como principais motivos na opinião de 75% dos entrevistados. A identificação de uma oportunidade no mercado foi o segundo mais importante motivo na opinião de 50% dos entrevistados. Nenhum dos entrevistados referiu-se ao desemprego como motivação para abrir o próprio negócio e isso pode ser explicado pelo fato de que a maioria atua já há muitos anos nesse ramo e apenas alguns deles tiveram experiência como empregados no setor formal.

4.2.7 Suporte ao planejamento do negócio

Sabe-se que o planejamento de um negócio é condição fundamental para o seu sucesso e que o empreendedor precisa ter uma visão clara sobre o seu mercado de atuação, sendo capaz de enxergar as oportunidades e sabendo aproveitá-las da melhor forma possível, e também sendo capaz de identificar as ameaças ao seu negócio, de modo a neutralizá-las, minimizá-las ou até mesmo transformá-las em oportunidades. Ao analisar essa questão, percebeu-se que apesar dos entrevistados, em sua maioria, terem recebido orientações e também participado de cursos no SEBRAE, muitos não fizeram um planejamento formal, nem realizaram pesquisas de mercado antes de iniciarem seus negócios. Alguns contaram com

o apoio do SEBRAE, pois o mesmo ofereceu cursos de técnicas de vendas aos comerciantes que estavam iniciando seus negócios durante a inauguração do shopping popular. Porém, dos 8 (oito) entrevistados, apenas 1(um) afirmou ter realizado um planejamento antes de iniciar o seu negócio.

4.2.8 Origem dos recursos para abertura do negócio

Muitas vezes um empreendedor se depara com uma boa oportunidade de negócio, mas não dispõe de recursos próprios para investir e precisa recorrer a fontes de financiamento que podem ser oriundas do seu próprio meio familiar ou círculo de amizades, no caso de empréstimos concedidos por parentes ou amigos, ou ainda provenientes de outras fontes externas como empréstimos bancários, e demais instituições de crédito que oferecem empréstimos consignados. Ao serem indagados acerca da origem dos recursos aplicados na abertura do seu negócio, os entrevistados responderam em sua maioria (75%) que utilizaram recursos próprios, oriundos de aplicações em caderneta de poupança. Apenas 25% dos entrevistados tomaram empréstimos bancários, os quais já conseguiram quitar.

4.2.9 Melhoria nas condições de vida

Em geral se espera que um empreendedor, independente do seu ramo de atuação tenha melhores condições de vida do que as pessoas assalariadas que possuem mesmo grau de escolaridade ou nível social, uma vez que é capaz de gerar a própria remuneração e ainda remunerar outras pessoas. No mercado informal, entretanto, isso pode não ocorrer, pois, dependendo de uma série de fatores que influem na situação, o empreendedor pode conseguir apenas igualar o seu ganho ao salário que receberia se trabalhasse como empregado no mercado formal. Ao se fazer este questionamento, todos os entrevistados afirmaram que suas

condições de vida melhoraram depois que montaram seu próprio negócio. Entre os depoimentos, alguns destacaram, inclusive, que observaram uma melhoria significativa nas suas condições de vida quando deixaram de vender nas ruas e passaram a ocupar as instalações do shopping popular. Um ponto bastante enfatizado pela maioria foi o fato de terem conseguido se livrar das dívidas contraídas anteriormente. Alguns dos depoimentos ilustram bem essa questão:

Entrevistado N° 2

“Saí do vermelho e não devo mais nada, só em não dever já é suficiente”.

Entrevistado N° 7

“As perspectivas são melhores, melhorou financeiramente, pois antes na feira tinha mais dificuldade, o comércio era fraco com relação aos dias atuais.”

Entrevistado N° 3

“Só em não ser empregado já tá bom, consegui até financiar meu próprio carro.”

4.2.10 Principais dificuldades do negócio

Dentre as principais dificuldades relacionadas pelos entrevistados, as mais destacadas foram: a falta de clientes e a concorrência muito grande. Em relação a essa questão pode-se afirmar que na verdade há uma relação entre essas duas dificuldades, na medida em que a vasta concorrência (muitos boxes vendendo os mesmos produtos) contribui para a diluição dos clientes, dando a impressão de que há poucos clientes. Daí a importância do lojista buscar a diferenciação dos seus concorrentes seja no preço, na qualidade dos produtos ou no atendimento, para conseguir atrair mais clientes. Outros motivos também foram citados com menor frequência, quais sejam: dificuldades nas compras de mercadorias e o peso dos impostos a exemplo do ICMS. Uma minoria alegou sentir dificuldades como falta de capital e de crédito, e baixa lucratividade.

4.2.11 Possibilidade de desistência do negócio

A persistência é apontada como uma das características mais marcantes no perfil de um empreendedor. Neste aspecto todos os autores são unânimes em afirmar que um empreendedor jamais desiste do seu sonho, que é o seu negócio. O gráfico 10 abaixo mostra que a maioria dos entrevistados (87,5%) não desistiria do seu negócio para assumir um emprego no mercado formal, mesmo que houvesse a possibilidade de conquistar condições de vida melhores do que as atuais. Isto se deve a um fator determinante ressaltado por todos eles: a independência. Ou seja, não aceitariam um emprego formal porque não aceitam mais ter “patrão”. Como é o caso de alguns relatos dos entrevistados:

Entrevistado N° 4

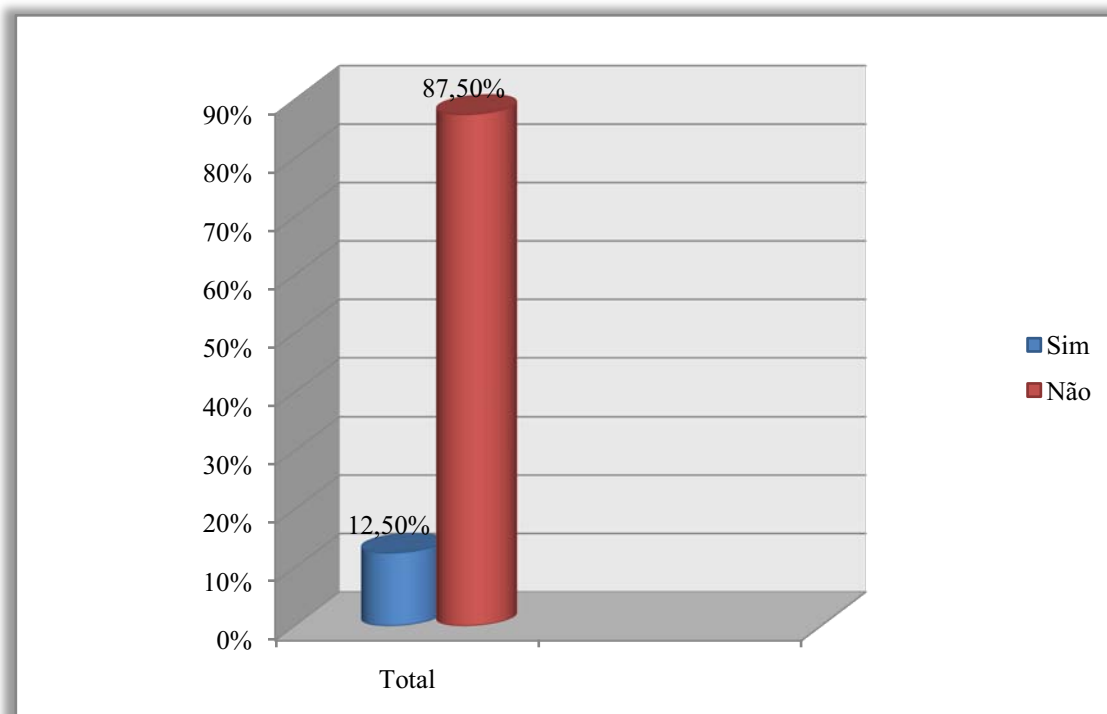
“Com este trabalho hoje, posso ser dona de mim mesma”.

Entrevistado N° 3

“Porque não quero ser mandada por ninguém. Na hora que quiser sair saio, no dia que quiser trabalhar trabalho, posso viajar, o negócio é meu.”

Os demais relatos seguem nessa mesma direção, sendo que apenas 12,5% da amostra pesquisada afirmaram que desistiriam do negócio caso o emprego formal suprisse de modo satisfatório as suas necessidades, configurando-se claramente como empreendedorismo por necessidade.

Gráfico 10: desistência ou não do negócio, caso conseguisse um emprego formal

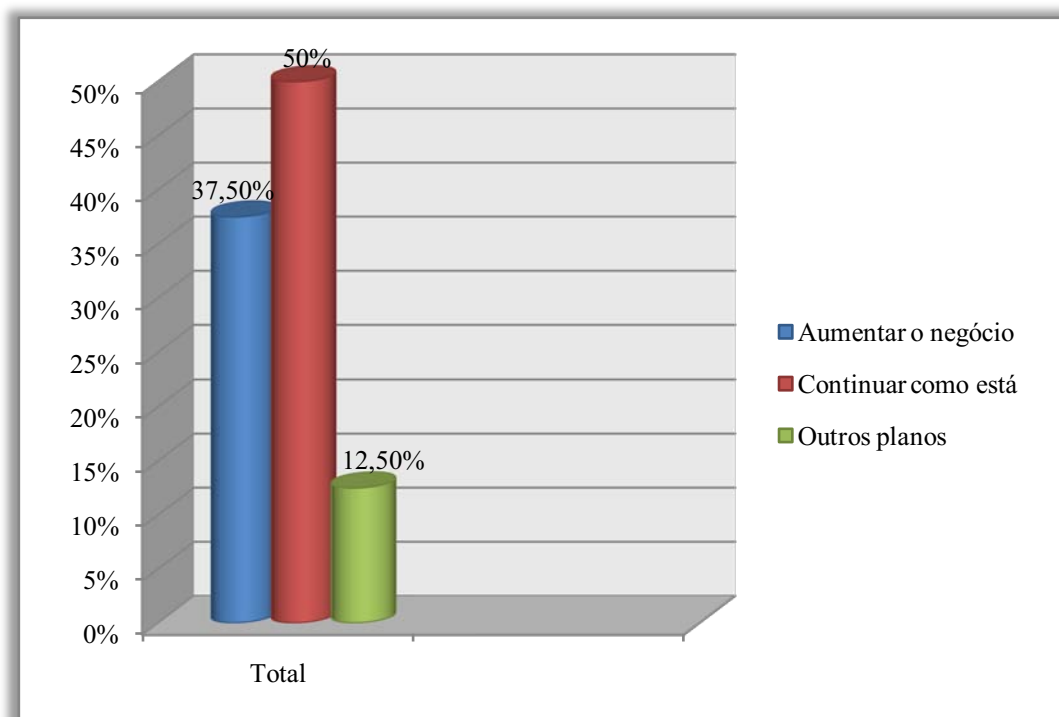


Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.2.12 Pretensões quanto ao futuro

A visão de longo prazo, a capacidade de planejar o futuro e de estar sempre inovando e buscando o crescimento também são características que se observam em pessoas com um perfil empreendedor. No gráfico 11 a seguir são ilustrados os resultados obtidos quanto às pretensões do empreendedor em relação ao seu negócio, em termos de crescer, permanecer como está, mudar de ramo de atividade, ou mesmo parar de trabalhar e passar o negócio para seus familiares. Os resultados mostram que 50% dos entrevistados pretendem manter o negócio da forma com está, 37,5% têm planos de crescer e 12,5% pretendem transferir o negócio para a sua residência por considerar mais conveniente para si.

Gráfico 11: pretensões quanto ao futuro



Fonte: pesquisa de campo., 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

4.2.13 O que considera mais importante no trabalho

A identificação do empreendedor com aquilo que faz é fundamental para a sua realização e satisfação. Ao se verificar os resultados obtidos nessa questão, observa-se que em primeiro lugar aparece como sendo mais importante “o fato de ser dono do próprio negócio e não ter patrão”; como segundo lugar em ordem de importância foi apontado “o prazer de fazer o que gosta”; em terceiro lugar vem o fato de “estar sempre em contato com pessoas” e somente em quarto lugar aparece “o retorno financeiro que o trabalho proporciona”. Estes resultados apresentam-se em consonância com as características comportamentais presentes em pessoas que possuem perfil empreendedor.

4.2.14 Diferenciação em relação aos concorrentes

A capacidade de inovar e se diferenciar da concorrência oferecendo novidades aos clientes, além de produtos diversificados tanto em termos de qualidade como de preços e formas de pagamento constituem também aspectos importantes no perfil do empreendedor. Nesse quesito observou-se que não há preocupação entre os entrevistados com a questão da inovação. Todos vendem exatamente os mesmos produtos que a concorrência vende, inclusive compram aos mesmos fornecedores. Apenas alguns afirmaram que procuram se diferenciar quanto aos preços praticados ou à concessão de descontos para o cliente. E outros afirmaram que apesar de venderem os mesmos produtos, procuram oferecer uma maior variedade de tamanhos e cores.

4.2.15 Formas de pagamento oferecidas aos clientes

O empreendedor é alguém que tem uma necessidade natural de estar em sintonia com o que há de mais atual e que possa ser aplicado ao seu negócio para trazer benefícios à sua clientela, promovendo a satisfação da mesma. Pode-se conseguir isto, por exemplo, a partir de medidas simples como oferecer um leque maior de opções para que o cliente possa efetuar o pagamento de suas compras com facilidade e comodidade. Sob este aspecto, os entrevistados mostraram-se em sua maioria conservadores, já que a única forma de pagamento disponibilizada por eles para seus clientes é à vista e em dinheiro. Apenas alguns utilizam outras formas de pagamento tais como cartões de débito ou crédito, o que, inclusive, já é uma prática comum entre os demais concorrentes não idosos instalados no shopping popular.

4.2.16 Outras atividades realizadas pelo empreendedor

A maior parte dos entrevistados além de exercer a função de atendimento à clientela, também se responsabiliza pelas compras de mercadorias e pelo controle financeiro. Verificou-se que 100% das mulheres entrevistadas, além de trabalharem no atendimento aos clientes, executam sozinhas as atividades de compras e controle financeiro, alegando não terem ninguém que as faça para elas, enquanto que os homens contam com o apoio de alguém para realizar algumas destas tarefas.

4.2.17 Presença versus ausência de características empreendedoras

Foi solicitado aos empreendedores entrevistados que identificassem em uma lista de frases aquelas que melhor reproduziam ou se aproximavam da sua opinião pessoal. As frases foram agrupadas em blocos, de modo que cada bloco continha apenas duas frases antagônicas entre si. Ou seja, o entrevistado deveria escolher apenas uma das duas frases em cada bloco. O objetivo desta questão foi identificar de forma mais direta a presença ou ausência de características relacionadas ao perfil empreendedor. Para facilitar a visualização dos dados obtidos, foi elaborada a tabela 1 a seguir:

Tabela 1 – Presença versus ausência de características empreendedoras nos entrevistados

| FRASES | Nº DE RESPOSTAS HOMENS | Nº DE RESPOSTAS MULHERES | TOTAL |
|--|------------------------------|--------------------------------|-------|
| 01. Gosta das coisas sempre do mesmo jeito, não tolera mudanças. | 1 | 3 | 4 |
| 02. Se adapta bem às mudanças. | 3 | 1 | 4 |
| 03. Tem facilidade para solucionar problemas. | 1 | 2 | 3 |
| 04. Não tem muita paciência para resolver problemas. | 3 | 2 | 5 |
| 05. É firme nas suas decisões, mesmo quando os outros são contrários. | 4 | 4 | 8 |
| 06. Muda sua maneira de pensar se os outros discordam da sua opinião. | - | - | - |
| 07. No seu negócio faz coisas que as outras pessoas consideram arriscadas. | 1 | 1 | 2 |
| 08. Não gosta de assumir riscos porque tem medo de fracassar. | 3 | 3 | 6 |
| 09. Tem dificuldades de relacionamento em seu ambiente de trabalho. | 1 | - | 1 |
| 10. Tem um bom relacionamento com as pessoas. | 3 | 4 | 7 |
| 11. Sempre considera que existe uma maneira melhor de se fazer as coisas. | 3 | 3 | 6 |
| 12. Não é muito exigente com o modo de fazer as coisas, o importante é fazer. | 1 | 1 | 2 |
| 13. Não gasta seu tempo tentando conseguir alguma coisa muito difícil. | 1 | - | 1 |
| 14. Quando quer alcançar alguma coisa não desiste, por mais difícil que seja. | 3 | 4 | 7 |
| 15. Tem facilidade para convencer as pessoas a mudar de opinião. | 2 | 4 | 6 |
| 16. Insiste muito para conseguir que as pessoas façam o que precisa ser feito. | 2 | - | 2 |
| 17. Não perde tempo com planejamento, gosta de agir rápido. | 2 | 4 | 6 |
| 18. Antes de realizar alguma coisa planeja tudo com bastante antecedência. | 2 | - | 2 |
| 19. Tem confiança em si mesmo(a) e aprende com os próprios erros. | 3 | 3 | 6 |
| 20. Teve fracassos no passado e tem receio de cometer os mesmos erros. | 1 | 1 | 2 |
| 21. É capaz de fazer sacrifícios para manter o negócio. | 4 | 3 | 7 |
| 22. Faz o possível para manter o negócio, mas sem sacrifícios. | - | 1 | 1 |

Fonte: Pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, Campina Grande – PB.

Para possibilitar a análise dos resultados apresentados na tabela anterior, os blocos de questões foram organizados de acordo com alguns indicadores que representam características em geral presentes no perfil de um empreendedor. O modelo escolhido para análise foi o proposto por McClelland (1972) apud Carvalho e Zuanazzi (2003) que apresenta dez características definidoras do comportamento empreendedor, distribuídas em três conjuntos detalhados a seguir:

- ✓ **Conjunto de realização:** compreende características como: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; Nesse conjunto estão contempladas as questões 01, 02, 07, 08, 11, 12, 13, 14, 21, 22.

- ✓ **Conjunto de planejamento:** compreende características como: estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; Nesse conjunto estão contempladas as questões: 03, 04, 17, 18.

- ✓ **Conjunto de poder:** compreende características como: persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança. Nesse conjunto estão contempladas as questões: 05, 06, 09, 10, 15, 16, 19, 20.

Com base nos conjuntos de características descritos acima, os dados contidos na tabela 1 apresentada anteriormente, foram reorganizados, a partir da identificação das respostas fornecidas pelos homens e pelas mulheres, em cada bloco de questões, separando-se apenas as questões que indicam a presença de características empreendedoras, as quais foram elencadas dentro de cada conjunto, dando origem aos resultados apresentados na tabela 2 a seguir, na qual é possível visualizar um comparativo entre os empreendedores de ambos os sexos quanto à presença das características empreendedoras pertinentes a cada um dos conjuntos analisados.

Tabela 2: Conjuntos de características empreendedoras presentes nos entrevistados

| QUESTÕES QUE INDICAM A PRESENÇA E CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS | RESULTADOS HOMENS% | RESULTADOS MULHERES% | TOTAL % |
|---|---------------------------|-----------------------------|----------------|
| CONJUNTO REALIZAÇÃO Questões: 02, 07, 11, 14 e 21 | 70 % | 60 % | 65 % |
| CONJUNTO PLANEJAMENTO Questões: 03 e 18 | 37,5 % | 25 % | 31,25 % |
| CONJUNTO PODER Questões: 05, 10, 15 e 19 | 75 % | 93,75 % | 84,37 % |

Fonte: Pesquisa de campo, 2209. Shopping Centro, Campina Grande – PB.

Diante dos resultados demonstrados acima, pode-se perceber claramente que os empreendedores de ambos os sexos apresentam percentuais elevados em relação à presença de características pertencentes aos conjuntos de Realização e Poder. Todavia, tanto os homens quanto as mulheres apresentaram baixos percentuais em relação ao conjunto Planejamento, o que ratifica os resultados anteriormente levantados em outros questionamentos feitos durante as entrevistas, onde ficou claro que os empreendedores entrevistados, apesar de terem recebido orientações e treinamentos do SEBRAE, não fizeram um planejamento formal ou pesquisas de mercado, ainda que informais, antes de abrir o seu negócio, bem como não costumam planejar as ações rotineiras do negócio ou buscar informações adicionais sobre novos produtos, serviços ou estratégias que possam alavancar o seu negócio. Certamente esse comportamento avesso ao planejamento está relacionado ao fato de quase todos apresentarem,

além da pouca escolaridade, uma vasta experiência adquirida ao longo de muitos anos de trabalho no setor, o que lhes proporciona certa segurança para tomar as decisões, sempre baseadas em situações já vivenciadas no passado, desconsiderando os aspectos contingenciais a que estão submetidos todos os empreendimentos, independente de serem formais ou informais, diante das mudanças que atingem o mercado como um todo.

4.3 Parte 3 – Percepção dos entrevistados sobre a Terceira Idade

4.3.1 Disposição e energia para o trabalho

Disposição e energia para o trabalho são “combustíveis” naturalmente presentes no perfil dos empreendedores de sucesso. Com essa “energia” o empreendedor contagia a todos que lhe cercam e consegue estimular seus parceiros e colaboradores para o alcance dos objetivos do seu negócio. No entanto, sabe-se que, ao atingir a terceira idade, as pessoas em geral ficam sujeitas a vários fatores que podem, mais cedo ou mais tarde, limitar sua condição de saúde física e/ou mental, interferindo de forma direta ou indireta na disposição para o trabalho e isso tem inclusive afastado alguns empreendedores de seus negócios, motivo pelo qual transferem a direção da empresa aos seus herdeiros ou a terceiros. Mas também é certo que cada vez mais as pessoas nesta faixa etária estão usufruindo de uma melhor qualidade de vida, o que lhes confere também uma maior longevidade. Em muitos casos apresentam até mais disposição para o trabalho do que as pessoas mais jovens. No presente estudo, foi constatado que 07 (sete) dos 08 (oito) empreendedores entrevistados sentem-se sempre dispostos e com energia para o trabalho. Apenas uma das mulheres entrevistadas alegou que às vezes se sente disposta para o trabalho, o que significa que na maior parte do tempo ela não tem energia para trabalhar, ficando bastante clara a distinção entre ela e os demais em relação a este aspecto. Vale salientar que entre os homens há um empreendedor que apresenta

diversas razões plenamente justificáveis para não ter qualquer disposição para o trabalho em função dos inúmeros problemas de saúde que apresenta, no entanto, foi um dos que se mostraram mais entusiasmados e dispostos para o trabalho.

4.3.2 Jornada de trabalho.

Calculando-se a quantidade média de horas trabalhadas pelos entrevistados em suas jornadas diárias, obteve-se uma média de 9,75 horas diárias de trabalho para os homens e uma média de 8,07 horas diárias de trabalho para as mulheres, considerando a semana de segunda a sábado, o que praticamente se equipara à jornada de qualquer empreendedor não idoso que atua no shopping popular.

4.3.3 Atividades desenvolvidas nas horas de folga

Quando indagados sobre o que costumam fazer quando não estão trabalhando, a resposta mais freqüente foi “procuro descansar”, o que é plenamente justificável, tendo em vista a jornada de trabalho considerável a que são submetidos diariamente. As mulheres responderam que descansam, mas ainda fazem os trabalhos domésticos em suas folgas, o que já se esperava, pois em geral, independente da idade que tenham elas acumulam as jornadas do trabalho fora de casa e no lar. Alguns citaram que vão à igreja. Poucos afirmaram que procuram passear ou se divertir. Apenas um entrevistado alegou fazer planejamento do comércio durante a folga. Com isso percebe-se que o exercício de uma atividade empreendedora de certa forma inibe a participação do idoso em atividades voltadas para o

lazer e diversão, aproveitando o tempo de folga prioritariamente para descansar como forma de repor suas energias para enfrentar mais uma semana de trabalho.

4.3.4 Problemas com a saúde

Com relação aos problemas de saúde apresentados pelos idosos entrevistados, como já se esperava, a hipertensão arterial liderou o ranking de ocorrências, seguida por problemas de coluna, além de outros problemas como gastrite, reumatismo, diabetes e problemas nos rins e no fígado. Dentre todos os casos relatados, um em especial chamou a atenção pela força de vontade e dedicação demonstradas pelo empreendedor, o qual, mesmo sendo submetido à sessões de hemodiálise toda semana, além de ser hipertenso e portador de diabetes, consegue externar entusiasmo pelo que faz e ainda tem planos para ampliar o seu negócio. Com relação ao acompanhamento médico periódico, com exceção de um entrevistado, todos os demais afirmaram que tomam os medicamentos necessários e fazem acompanhamento periodicamente.

4.3.5 Prática de atividade física

A prática de algum esporte ou atividade física, sobretudo caminhada, é recomendada para pessoas de todas as idades, mas especialmente para as pessoas da terceira idade. Esse tipo de atividade torna-se essencial para facilitar o controle de taxas importantes para a saúde do idoso tais como colesterol, glicemia, entre outras que, uma vez reduzidas, beneficiam a sua saúde. Apesar do pouco tempo disponível para a prática de exercícios, 87,5% dos entrevistados afirmaram que praticam a caminhada em uma frequência que varia de 02 (duas) a 03 (três) vezes por semana. Apenas 12,5% da amostra não faz qualquer tipo de exercício em função da falta de tempo e disposição para essa atividade.

4.3.6 Participação em atividades de recreação e lazer

Hoje em dia está se tornando cada vez mais comum a criação de entidades e associações tais como clubes ou centros de convivência, voltados para a prática de atividades de recreação e lazer direcionadas ao público da terceira idade, onde os idosos têm acesso a uma gama de atividades de recreação, bem como a realização de festas, bailes, shows, aulas de dança de salão, entre outras atividades de integração e socialização. Nestes ambientes os idosos têm a oportunidade de se divertir e conhecer outras pessoas de sua idade, trocar idéias, fazer amizades, etc. Na amostra pesquisada no presente estudo, 100% dos entrevistados não freqüentam instituições desta natureza, nem realizam atividades similares às que são oferecidas por estas entidades, embora saibam que o serviço existe na cidade. Quanto ao motivo da não participação, alguns deles alegaram que ainda não tiveram um incentivo maior, para a sua inclusão nesse meio social. Apenas 12,5% da amostra já haviam participado de um clube para idosos, mas não freqüentam mais há um bom tempo, por questões pessoais.

4.3.7 Desgaste ou cansaço no trabalho

Ao mesmo tempo em que pode ser gratificante e prazeroso, qualquer trabalho pode se tornar desgastante e cansativo, dependendo de uma variedade de fatores que podem interferir na situação de trabalho. Especificamente tratando-se do mercado informal, observam-se vários aspectos no ambiente físico do shopping popular que podem gerar situações de desgaste para os que lá trabalham. Isso pode ser exemplificado através dos espaços reduzidos para acomodação das mercadorias e das pessoas. Além disso, em dias ou horários de maior movimento de clientes, o ambiente torna-se quente, abafado e barulhento, principalmente nas

datas comemorativas, quando muitas pessoas se dirigem até o local para comprar presentes e outros artigos. Por esta razão 62,5% dos entrevistados consideram que às vezes o seu trabalho chega a ser desgastante ou cansativo para a sua idade. Os demais não consideram seu trabalho desgastante ou mesmo cansativo, pois tomam como referencial o trabalho anterior como camelô pelas ruas da cidade, onde havia realmente um desgaste bem maior, pois tinham que armar a barraca e desarmá-la todos os dias, além de ficar exposto ao sol e à chuva diariamente, sem qualquer segurança.

4.3.8 Opção de não trabalhar

Aos entrevistados foi feita a seguinte pergunta: “Se pudesse escolher, pararia de trabalhar? por quê?” As respostas obtidas revelaram que mesmo já com idade avançada (os mais velhos têm 74 e 72 anos), a maioria dos entrevistados não pararia de trabalhar simplesmente por não querer ficar parado em casa, e porque gosta do que faz. Reproduzindo a fala de um dos entrevistados: “quando para de trabalhar, você termina ficando acomodado, não gosto de ficar acomodado, acomodado adoece mais ainda”. Apenas uma pessoa respondeu que se pudesse pararia de trabalhar, devido ao cansaço.

Com base nos resultados apresentados anteriormente e considerando os comentários feitos ao longo deste capítulo, é possível afirmar que, em linhas gerais, os comerciantes idosos que atuam no Shopping Centro, na cidade de Campina Grande – PB, apresentam muitas das características apontadas pela literatura da área de empreendedorismo, utilizadas como referencial para a determinação do perfil empreendedor.

A tabela 3 mais adiante ilustra esses resultados, os quais foram elencados seguindo uma ordem classificatória tomando como referência uma escala que vai do entrevistado E8, que apresentou em seu perfil o maior percentual de características empreendedoras com

76,7%, até o entrevistado E2 que ficou em último lugar na classificação apresentando apenas 36,7 % das características definidoras do perfil empreendedor.

Na mesma tabela podem ser visualizados os resultados por sexo e por idade, onde os dois primeiros colocados foram os mais jovens da amostra, sendo um homem e uma mulher, ambos com 60 anos de idade. Quanto aos resultados por conjunto de características, nota-se que os Conjuntos Realização e Poder obtiveram excelentes resultados, ficando na média geral com percentuais de 61% e 84,4% respectivamente. O Conjunto Planejamento foi o que apresentou menor percentual de características presentes, com apenas 31,3%, o que revela que os entrevistados não praticam o planejamento ou sentem dificuldades com questões relacionadas ao planejamento em seu negócio. Segundo o autor desse modelo, David McClelland, algumas atitudes implícitas nesse conjunto de características estão relacionadas à capacidade que o empreendedor tem de buscar informações sobre clientes, concorrentes, fornecedores, produtos e serviços relacionados ao seu negócio, bem como a capacidade de planejar as ações, estabelecer metas, dividir as tarefas, solucionar problemas e fazer um acompanhamento sistemático do trabalho, comparando os resultados obtidos com aqueles que foram estabelecidos previamente.

Enfim, a presença das características definidas no Conjunto Planejamento ajudam o empreendedor a saber exatamente o que quer, por quê quer, quando quer e como fazer para conseguir chegar lá. Quando presentes no perfil de um empreendedor, tais características favorecem a busca pela diferenciação da concorrência, tornando-os capazes de ocupar um espaço não ocupado por outros no mercado, e para isso, também buscam sempre estar atualizados e bem informados sobre as demandas do seu negócio.

Tabela 3: Presença de características empreendedoras no perfil dos entrevistados

| Classificação | | Sexo | Idade | Total | Conjunto Realização | Conjunto Planejamento | Conjunto Poder |
|---------------|---------|------|--------------|-------------|---------------------|-----------------------|----------------|
| Ordem | Lojista | M/F | Anos | % | % | % | % |
| 1º | E8 | M | 60 | 76,7 | 80,0 | 50,0 | 100,0 |
| 2º | E1 | F | 60 | 70,0 | 60,0 | 50,0 | 100,0 |
| 3º | E7 | M | 74 | 68,3 | 80,0 | 50,0 | 75,0 |
| 4º | E6 | F | 68 | 66,7 | 100,0 | - | 100,0 |
| 5º | E3 | F | 64 | 63,3 | 40,0 | 50,0 | 100,0 |
| 6º | E5 | M | 69 | 61,7 | 60,0 | 50,0 | 75,0 |
| 7º | E4 | F | 72 | 38,3 | 40,0 | - | 75,0 |
| 8º | E2 | M | 63 | 36,7 | 60,0 | - | 50,0 |
| MÉDIA | | | 66,25 | 60,2 | 61,0 | 31,3 | 84,4 |

Fonte: Pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

Embora a amostra pesquisada tenha indicado a presença de 60,2% das características necessárias ao empreendedor de sucesso, o que é considerado um resultado satisfatório no contexto da pesquisa, tendo em vista tratar-se do setor informal, a análise individual aponta alguns aspectos que merecem atenção, como é o caso dos entrevistados E4, E2 e E6, os quais apresentaram valores nulos quanto ao Conjunto Planejamento.

Tal deficiência no perfil desses lojistas pode ser eliminada ou minimizada através da participação em treinamentos na área de planejamento e gerenciamento de informações. A diferença observada entre eles, é que o entrevistado E6 obteve resultados de 100% em relação aos Conjuntos Realização e Poder, cujas características, em sua maioria, não são adquiridas através de cursos e sim pela própria experiência profissional e de vida, onde principalmente esta é influenciada por fatores intrínsecos a cada indivíduo, os quais são determinados por sua personalidade, valores, atitudes, sentimentos, necessidades, além de outros aspectos como educação, cultura, origem, religião, entre outros.

Um fator interessante no perfil do entrevistado E6 é que, apesar de ter 100% das principais características consideradas “mais genuínas” no perfil de um empreendedor, como por exemplo, iniciativa, persistência, autoconfiança, comprometimento, persuasão,

criatividade, entre outras, ao analisar sua motivação para empreender ficou bastante clara a sua categorização como empreendedor por necessidade.

Para E6 o único motivo para iniciar o seu negócio foi a necessidade de complementação de renda, tendo sido o único, entre todos os entrevistados que respondeu que trocaria seu negócio por um emprego formal, por questões de necessidade. Todos os demais responderam que não trocariam o seu negócio por diversos motivos, sendo mais destacado o fato de não aceitarem a figura do patrão, conforme demonstram alguns dos relatos apresentados:

Entrevistado E7: “Porque não quero ser empregado de ninguém.”

Entrevistado E8: “Não agüento ser mandado.”

Entrevistado E5: “Não aceito ser empregado, não quero ter patrão”.

Por outro lado, os três primeiros colocados na classificação (E8, E1 e E7) apresentaram o mesmo percentual (50%) em relação ao Conjunto Planejamento. Isso indica que estes lojistas podem recorrer a programas de capacitação visando complementar o seu perfil com o desenvolvimento das características que se mostraram ausentes.

No caso dos lojistas E7 e E8 a característica ausente está relacionada à capacidade e facilidade para a solução de problemas, pois ambos demonstraram que não se sentem preparados para lidar com situações problemáticas.

Já o lojista E1 gosta de agir rápido e considera o planejamento uma perda de tempo, o que indica a necessidade não só de uma capacitação nessa área, mas principalmente uma mudança de atitude desse lojista em relação à questão do planejamento que é primordial em qualquer atividade empreendedora.

Os lojistas E8 e E7, primeiro e terceiro colocados, com respectivamente 76,66% e 68,33 % das características presentes em seus perfis, revelaram também tendências que apontam para a sua categorização como empreendedores por oportunidade. O lojista E3,

apesar de ter ficado na quinta colocação com 63,33% das características presentes, também apresentou indícios de uma motivação para empreender orientada no sentido do empreendedorismo por oportunidade.

Quanto aos demais entrevistados E1, E6, E5, E4 e E2, respectivamente classificados em 2º, 4º, 6º, 7º e 8º lugares na classificação das características empreendedoras, pode-se afirmar que E1, E6 e E5 podem ser categorizados como empreendedores por necessidade. No caso dos lojistas E4 e E2, devido aos baixos percentuais de características empreendedoras presentes, pode-se afirmar que os mesmos são empresários que precisam ainda desenvolver atitudes empreendedoras em seu comportamento.

Quanto aos motivos que os levaram a iniciar um negócio, apesar dos resultados terem se mostrado inconsistentes devido a contradições nas respostas e depoimentos de ambos, utilizou-se como critério de categorização a ausência de muitas das características que tipificariam um empreendedor por oportunidade. Portanto, E4 e E2 foram categorizados como empresários cuja motivação para empreender está definida pela necessidade.

A seguir são apresentadas as considerações finais sobre a pesquisa, onde são destacadas as principais conclusões obtidas, além de outras considerações sobre a temática estudada, em termos de propostas para a realização de trabalhos futuros, além das limitações do estudo.

CAPÍTULO V

CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do aumento da expectativa de vida no Brasil, que está provocando um rápido crescimento da população idosa, se faz necessário repensar as condições de vida deste segmento chamado terceira idade, não somente em relação aos aspectos de saúde e proteção social, mas também de inserção ou reinserção na atividade econômica do país, como forma de garantir uma melhor qualidade de vida para essas pessoas.

Nesse contexto, o presente estudo procurou contribuir para a temática da terceira idade, considerando que talvez, no momento, a melhor das alternativas para a inserção do idoso aposentado ou não, no mercado de trabalho, seja o caminho do empreendedorismo. Levando em conta mais especificamente a realidade econômica do país e o perfil sócio-econômico dos idosos que integram a parcela menos favorecida, com renda de apenas um salário mínimo, o chamado setor informal aponta como uma porta de entrada para o idoso encontrar a saída para a sua sobrevivência com um mínimo de dignidade.

Face à importância desse tema, o presente estudo analisou o perfil de comerciantes idosos que atuam na economia informal, no município de Campina Grande - PB, a fim de categorizá-los quanto à presença de características empreendedoras e ao tipo de motivação para empreender.

Os resultados da pesquisa revelaram um comportamento predominante entre os entrevistados no sentido de rejeição ao fato de “ter patrão”, o que é uma característica típica dos empreendedores por oportunidade, no entanto, quando focalizada a questão da motivação para empreender, observou-se que a maioria dos entrevistados possui uma motivação baseada prioritariamente na busca pela satisfação das suas necessidades, seja como forma de complementar a renda da aposentadoria, seja pela ausência de proventos para o seu sustento.

A amostra pesquisada continha 80% de aposentados, os quais foram unânimes em afirmar que gostam de continuar trabalhando, mas também ficou claro que a maioria deles buscou a atividade empreendedora para complementar a renda familiar, inclusive pelo fato de que muitos deles ainda se responsabilizam pelo sustento de filhos e netos, o que aponta no sentido de uma predominância entre os entrevistados de um perfil empreendedor por necessidade.

Esse resultado confirma o que já foi levantado por outras pesquisas realizadas no país, onde o empreendedorismo por necessidade parece ser mais significativo no mercado informal, principalmente por ser este a solução de sobrevivência encontrada por profissionais de baixa escolaridade, idade avançada e outras limitações que os tornam “não-empregáveis” pelo mercado formal.

Todavia, ao analisar minuciosamente a amostra pesquisada, foi possível identificar que 37,5% dos comerciantes entrevistados apresentaram em seu perfil um grande número de características empreendedoras. E quando comparados aos demais entrevistados, também demonstraram, quanto à motivação para empreender, um comportamento que se identifica com o perfil de empreendedor por oportunidade, figura esta mais facilmente encontrada no mercado formal.

Entretanto, vale ressaltar que subjacente à oportunidade existe sempre a necessidade, e considerando as especificidades da amostra pesquisada, esses resultados não são conclusivos e apontam para a necessidade de futuros estudos para aprofundar este tema.

No que tange à questão da percepção dos entrevistados acerca da terceira idade e sua relação com o trabalho, apesar de apresentarem alguns problemas de saúde típicos da idade tais como hipertensão (presente em 87,5% dos entrevistados), dores na coluna (também 87,5%), reumatismo (62,5%) e diabetes (37,5%), nenhum deles quer parar de trabalhar, pois todos disseram que não gostam de ficar ociosos. Em geral cuidam da saúde, pois apenas 12,5% dos entrevistados não tomam medicamentos nem fazem acompanhamento médico e

quanto à prática de exercícios (caminhada) apenas 12,5% dos idosos alegaram falta de tempo para essa prática. Quanto à utilização do tempo livre, a maioria quando está de folga prefere descansar, mas também trabalham em casa. Apenas 25% saem para passear ou se divertir e 50% vão à igreja. No geral, demonstraram entusiasmo e gosto pelo que fazem, pois segundo eles o trabalho é sinônimo de independência, dignidade e prazer.

Portanto, chega-se a conclusão que, independente da motivação que conduz alguém no caminho do empreendedorismo, seja a necessidade de sobrevivência, seja a busca por uma oportunidade de negócio para a realização de um sonho ou concretização de uma idéia inovadora, não existe idade para empreender. O idoso que busca esse caminho o faz com alegria e disposição, mostrando entusiasmo e orgulho pelo que faz.

As características empreendedoras quando presentes podem ser aperfeiçoadas para aumentar as chances de sucesso do empreendimento e quando ausentes, podem ser em boa parte desenvolvidas através do esforço em capacitação. Em ambos os casos, basta querer realizar. O combustível para essa realização está dentro de cada um. Com a sua inserção no mundo do trabalho, a terceira idade está, aos poucos, mostrando para a sociedade que nunca é tarde para ser empreendedor.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKINSON, R. E. **Administração estratégica: competitividade e globalização** [tradução All Tasks] 2. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

AMARILHO, C.B; CARLOS, S.A. **O executivo-empendedor, sua aposentadoria e o processo de afastamento do trabalho.**Textos sobre envelhecimento, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, Unati 2005.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas.** São Paulo: Atlas, 1995

_____. Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico.** 6. ed. São Paulo:Atlas, 2003.

BEUREN, Ilse Maria. (org.) **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2003.

CARVALHO, C. E.; ZUANAZZI, J. C. **Análise das características comportamentais empreendedoras de alunos de graduação em administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo.** Anais do III EGEPE. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003. disponível em: <http://jornalpovao.com.br/artigo4.pdf>
Acesso em: 27 mai. 2009.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DEBERT, Guita Grin. **A Reinvenção da Velhice: Socialização e Processos de Reprivatização do Envelhecimento.** 1. ed. 1. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: A Metodologia de Ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Introdução à administração.** Tradução de Carlos A. Malferrari, 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

GEM. **Global Entrepreneurship Monitor 2008**. Empreendedorismo no Brasil: 2008 / Simara Maria de Souza Silveira Greco et al., Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/empreendedorismo-no-brasil-pesquisa-gem>. Acesso em: 26 mai. 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Andrade; JUNIOR, Thomas A. **Informalidade e precarização do trabalho: uma contribuição a geografia do trabalho**. Scripta Nova, *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, vol. VI, n. 119 (31), 2002. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn119-31.htm>. Acesso em: 20 mai. 2009.

GREATTI, Ligia. **Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Maringá. Londrina, Paraná, 2003.

GUIMARÃES, G. D. **Aspectos da teoria do cotidiano: Agnes Heller em perspectiva**. Edipurs: Porto Alegre, 2002.

IBGE. **Economia Informal Urbana 2003**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003/ecinf2003.pdf>
acesso: 01 jun. 2009

_____. **Síntese de indicadores sociais**. Uma análise das condições de vida da população brasileira 2008. Rio de Janeiro, 2008. disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicossociais2008/indic_sociais2008.pdf
Acesso em: 13 mai.2009

KLECHEN, C. F. et al. **Empreendedorismo por necessidade e a economia informal: a realidade do Shopping Popular Tupinambás em Belo Horizonte**. *Revista Multiface*, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 23-31, julho-dezembro 2007. Disponível em: http://www.face.ufmg.br/pet/multiface/v1_n2/Multiface_v1_n2.pdf#page=24
Acesso em: 24 mai. 2009.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. 3. ed. Recife: Bagaço, 2002.

MARCONDES, Reynaldo C.; BERNADES, Cyro. **Criando empresas para o sucesso**. São Paulo: Atlas, 1997.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** São Paulo: Atlas, 1986.

_____. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MINISTÉRIO DA PREVIDENCIA SOCIAL. **Base de Financiamento da Previdência Social: alternativas e perspectivas.** – Brasília : MPS, 2003. Disponível em: http://www.mps.gov.br/arquivos/office/3_081014-111400-183.pdf. Acesso em: 24 mai. 2009.

NASCIMENTO, R.F.L.do.; ARGIMON, I. I. de L.; LOPES, R.M.F. **Atualidades sobre o idoso no mercado de trabalho.** Disponível em: <http://www.psicologia.com.pt>. Acesso em: 17 mai 2009.

PESSOA, Raimundo W. A.; NASCIMENTO, L. F.; NETO, E. S. **Perfil dos empreendedores formais de Aracati/CE.** *Revista Alcance*, v. 15, nº 02 - ISSN 1983-716X, UNIVALI, p. 209 – 225, mai/ago. 2008. Disponível em: www.univali.br/alcance Acesso em: 26 mai. 2009.

SEBRAE. **Economia Informal Urbana.** Observatório SEBRAE julho de 2005. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/economia-informal-urbana> Acesso em: 26 mai. 2009.

UYEHARA, Ana Maya Goto. **Despertando o mercado de trabalho para o idoso.** *Revista Gerenciais*, São Paulo, v. 2, p. 43 – 49, set. 2003.

VASSALO, Cláudia. **Viva a diferença.** *Revista Exame*. São Paulo, p. 153-164, ano 34, n. 18, Edição 722, 6 set. 2000.

APÊNDICES

APÊNDICES

Tabelas:

- Estado civil:

Tabela 4: Estado civil dos entrevistados

| Estado civil dos idosos entrevistados | Nº | % |
|---------------------------------------|----|------|
| Casado | 6 | 75 |
| Viúvo | 1 | 12,5 |
| Solteiro | 1 | 12,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Mora em casa própria ou alugada:

Tabela 5: quantidade de entrevistados que moram em casa própria ou alugada

| Casa | Nº | % |
|---------|----|------|
| Própria | 7 | 87,5 |
| Alugada | 1 | 12,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Participação no sustento da família:

Tabela 6: participação no sustento da família

| Participação | Nº | % |
|--|----|------|
| Assume todas as despesas da casa | 2 | 25 |
| Divide as despesas apenas com o cônjuge | 3 | 37,5 |
| Divide as despesas com cônjuge e com outros familiares que trabalham e também contribuem | 2 | 25 |
| Outra opção | 1 | 12,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Grau de instrução:

Tabela 7: grau de instrução dos entrevistados

| Grau de Instrução | Nº | % |
|--|----|------|
| Sem instrução/menos de 1(um) ano de estudo | 6 | 75 |
| Ensino fundamental incompleto | 1 | 12,5 |
| Ensino médio completo | 1 | 12,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Outra fonte de renda além do negócio:

Tabela 8: outras fontes de renda dos idosos além do negócio

| Outra fonte de renda | Nº | (%) |
|--|----|-----|
| Aposentadoria | 2 | 25 |
| Não tem outra fonte de renda além do negócio | 4 | 50 |
| Total | 6 | 75 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Alguém na família que já teve ou tem um negócio:

Tabela 9: familiares que já tiveram ou tem um negócio

| Familiares empreendedores | Nº | % |
|---------------------------|----|------|
| Sim | 7 | 87,5 |
| Não | 1 | 12,5 |
| total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Desistência ou não do negócio, caso, pudesse conseguir hoje um emprego formal com salário suficiente para satisfazer suas necessidades:

Tabela 10: desistência ou não do negócio, caso conseguisse um emprego formal

| Desistência do negócio | Nº | % |
|------------------------|----|------|
| Sim | 1 | 12,5 |
| Não | 7 | 87,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

- Pretensões quanto ao futuro:

Tabela 11: pretensões quanto ao futuro

| Pretensões | Nº | % |
|---------------------|----|------|
| Aumentar o negócio | 3 | 37,5 |
| Continuar como está | 4 | 50 |
| Outros planos* | 1 | 12,5 |
| Total | 8 | 100 |

Fonte: pesquisa de campo, 2009. Shopping Centro, em Campina Grande – PB.

(*) Transferir o negócio para sua residência.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

PARTE 1 – PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO

1. SEXO:
2. IDADE:
3. ESTADO CIVIL:
4. MORA EM CASA PRÓPRIA?
5. QUANTAS PESSOAS MORAM NA MESMA CASA?
6. QUAL A SUA PARTICIPAÇÃO NO SUSTENTO DA FAMÍLIA?
7. GRAU DE INSTRUÇÃO:

PARTE 2 – PERFIL EMPREENDEDOR E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

1. Há quanto tempo tem este negócio?
2. Tem sócio?
3. Tem funcionários?
4. Tem familiares que trabalham no negócio?
5. Tem outro ponto de venda ou outro trabalho além deste?
6. Tem outra fonte de renda além deste negócio?
7. O que fazia antes de abrir este negócio? Tem alguém na família que já teve ou tem um negócio? Quem?
8. Quais os motivos que o (a) levaram a iniciar este negócio?
9. Antes de iniciar o seu negócio... Contou com a orientação de um órgão de apoio especializado tipo SEBRAE? Fez um planejamento ou pesquisou sobre o mercado? Participou de algum curso ou treinamento? Nenhum? Outra, qual?
10. De onde vieram os recursos para iniciar este negócio?

12. Considera que suas condições de vida melhoraram com este negócio?
13. Quais as principais dificuldades do seu negócio?
14. Se pudesse conseguir hoje um emprego formal com salário suficiente para satisfazer suas necessidades, desistiria deste negócio? Por que?
15. O que pretende quanto ao futuro?
16. No seu trabalho, o que considera mais importante?
17. Procura se diferenciar dos concorrentes oferecendo novidades para os clientes?
18. Quais são as formas de pagamento oferecidas aos clientes?
19. Além de atender os clientes, executa que outras atividades em seu negócio?
20. Quais destas frases mais se aproximam da sua maneira de ser?
 01. () Gosta das coisas sempre do mesmo jeito, não tolera mudanças.
 02. () Se adapta bem às mudanças.
 03. () Tem facilidade para solucionar problemas.
 04. () Não tem muita paciência para resolver problemas.
 05. () É firme nas suas decisões, mesmo quando os outros são contrários.
 06. () Muda sua maneira de pensar se os outros discordam da sua opinião.
 07. () No seu negócio faz coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.
 08. () Não gosta de assumir riscos porque tem medo de fracassar.
 09. () Tem dificuldades de relacionamento em seu ambiente de trabalho.
 10. () Tem um bom relacionamento com as pessoas.
 11. () Sempre considera que existe um maneira melhor de se fazer as coisas.
 12. () Não é muito exigente com o modo de fazer as coisas, o importante é fazer.
 13. () Não gasta seu tempo tentando conseguir alguma coisa muito difícil.
 14. () Quando quer alcançar alguma coisa não desiste, por mais difícil que seja.
 15. () Tem facilidade para convencer as pessoas a mudar de opinião.
 16. () Insiste muito para conseguir que as pessoas façam o que precisa ser feito.
 17. () Não perde tempo com planejamento, gosta de agir rápido.
 18. () Antes de realizar alguma coisa planeja tudo com bastante antecedência.

19. () Tem confiança em si mesmo(a) e aprende com os próprios erros.
20. () Teve fracassos no passado e tem receio de cometer os mesmos erros.
21. () É capaz de fazer sacrifícios para manter o negócio.
22. () Faz o possível para manter o negócio, mas sem sacrifícios.

PARTE 3 – Percepção sobre a Terceira Idade

1. Está sempre disposto(a) para o trabalho? Tem energia?
 2. Quantas horas trabalha por dia?
 3. Quando não está no trabalho, o que costuma fazer?
 4. Quanto à saúde? Tem algum destes problemas?
() Pressão alta () Diabetes () Reumatismo
() Problemas de coluna () Outros, quais?
-
5. Faz algum tratamento ou toma medicação?
 6. Faz alguma atividade física (tipo caminhada, dança, academia) regularmente?
 7. Participa de alguma entidade tipo centro de convivência ou clube para idosos?
 8. Considera o seu trabalho desgastante ou cansativo para a sua idade?
 9. Se pudesse escolher, pararia de trabalhar?

Porquê?
