

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

ANÁLISE DOS FATORES DE MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER NO SETOR DE VAREJO: UM ESTUDO COM EMPRESÁRIOS DA REGIÃO FRONTEIRA NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL¹

Andressa Tesche², Matheus Rafael Gasparetto³, Alexsander Rockenbach⁴, Vitor Armindo Fischer Neto⁵, Rodrigues Nogueira⁶, Luciano Zamberlan⁷.

¹ Pesquisa realizada na disciplina de administração empreendedora do curso de administração

² Acadêmica do curso de administração de Unijui

³ Acadêmico do curso de administração de Unijui

⁴ Acadêmico do curso de administração de Unijui

⁵ Acadêmico do curso de administração de Unijui

⁶ Acadêmico do curso de administração de Unijui

⁷ Professor do curso de administração, orientador da pesquisa

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado um dos principais fatores que promovem o desenvolvimento econômico de um determinado país. Sabe-se ainda que pessoas com perfil empreendedor estejam quase sempre em busca de sua independência, seja ela financeira ou profissional, são criativas e estão sempre atentos a novas oportunidades de mercado, transformando-as em grandes fontes de lucros.

De acordo com Dolabela (1999, p. 46), “o empreendedorismo é visto também como um campo intensamente relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana”. Em resumo, estudar o comportamento do empreendedor exige novas formas para compreender o ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal, sendo a empresa uma forma de materialização de seus sonhos.

A forma de empreender mais comum é por meio da criação de empresas especialmente voltadas para o segmento do varejo. No Brasil segundo dados do IBGE (comércio) o número de empresas neste ramo em 2013 correspondia à 78,9 % do total, ainda de acordo com esses dados nesse tipo de comércio observa-se alto número de estabelecimentos de pequeno porte.

Existem vários fatores motivadores para aqueles que desejam empreender e este é um dos objetivos deste relatório, identificar o que mais tem motivado o empreendedorismo, se é a necessidade de sobrevivência ou se é pela visualização de uma boa oportunidade de negócio, que os empreendedores têm se lançado no mercado.

Em termos de comportamento, a motivação pode ser definida como um esforço e tenacidade que são exercidos pela pessoa para fazer ou alcançar algo (CHIAVENATO, 1994).

Tendo em vista isso, este estudo tem por objetivo identificar através de uma pesquisa com empresários da região Noroeste do Rio Grande do Sul o grau de importância dos fatores motivadores a partir das necessidades de autonomia e independência, segurança familiar, extrínsecas e intrínsecas.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Também serão estudadas e avaliadas as diferenças entre as médias de importância de acordo com o sexo dos pesquisados, identificando assim qual a maior preocupação de cada sexo ao abrir um negócio.

2. METODOLOGIA

Para a realização dos objetivos propostos na pesquisa utilizou-se um método estruturado em duas etapas, sendo estas uma etapa exploratória e outra descritiva.

Conforme Mattar, (1994) a pesquisa exploratória é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, insuficientes ou inexistentes. Nesta etapa, procurou-se fazer um levantamento de informações a respeito do tema do estudo, através de pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade com empresários do setor varejista. Essas referências também contribuíram para a elaboração do instrumento de coleta e análise de dados.

A etapa descritiva procurou identificar a importância dos fatores motivadores para empreender (KURATKO, HORNSBY, NAFFZIGER, 1997 apud DEBASTIANI, 2003) a partir das necessidades de (1) autonomia e independência, (2) segurança familiar, (3) extrínsecas e (4) intrínsecas. A coleta de dados foi realizada por meio de um Survey, sendo que foram entrevistados 172 empresários do setor de varejo na Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul nos meses de maio e junho de 2016. Classifica-se a amostra como não-probabilística por conveniência (MALHOTRA, 2001). Para mensuração das variáveis deste estudo foram utilizadas escalas de Likert, representadas por intervalos que variavam de 1=Sem Importância a 5=Importante.

As análises dos dados obtidos através da pesquisa quantitativa foram realizadas por meio de distribuição de frequência e Teste T com a finalidade de avaliar diferenças entre as médias de importância de acordo com o sexo dos respondentes. Para fins desta pesquisa aceita-se a existência de diferença entre as médias a uma significância de 0,10 (HAIR et al., 2005).

3. ANÁLISE DO RESULTADOS

Farrell (1993) descreve práticas que garantem motivação para a dedicação, como amar o que fazemos, compartilhar sucessos e fracassos, e liderar dando exemplo. O comportamento auto motivado depende da maneira como se vive, trabalha, quando se gosta do que se faz. É bom para os negócios e é ótimo para a alma.

Conforme Kuratko, Hornsby e Naffziger (1997 apud DEBASTIANI, 2003), os indivíduos um empreendimento por muitos incentivos poderosos. A continuidade deste empreendimento depende da criatividade de quem empreende e/ou de uma equipe, que necessita de um ambiente de entusiasmo e motivação individual. Essa motivação é despertada por necessidades específicas:

- Autonomia e independência: manter liberdade e segurança pessoal, não ter chefes, controlar o destino profissional;
- Segurança familiar: assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio para passar adiante (herança);
- Extrínsecas: acumular riqueza pessoal aumentar ganho, aumentar oportunidade de ganho;
- Intrínsecas: ganhar reconhecimento público, enfrentar desafios, diversão no trabalho, crescimento pessoal, provar que pode fazer isso.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

3.1. Autonomia e independência

Na escala de mensuração cujos fatores motivadores tem relação com a autonomia e independência, a maioria dos itens motivadores foram indicados na escala 5 como sendo de suma importância na hora de abrir seu próprio negócio, 55,6% dos empresários pesquisados indicaram que Tomar suas próprias decisões é um dos fatores que mais os motiva os entrevistados, seguido de autonomia Pessoal e Ser seu próprio chefe com 50,3 %, segurança Pessoal (saúde financeira) é importante para 48,5% dos empresários pesquisados, Manter Liberdade Pessoal Obteve apenas 32,7% de importância ou seja a única motivação considerada meramente importante para a maioria dos entrevistados somando 38,6%.

Através destes resultados é possível perceber que os empresários ao criarem suas empresas estão motivados a não querer mais receber ordens e poderem tomar suas próprias decisões, característica essa que mostra que estes têm iniciativa para buscar o novo. Também é possível visualizar que nem sempre eles buscam saúde financeira uma vez que o mundo dos negócios pode ser incerto e nem sempre trazer a tão desejada segurança e estabilidade financeira.

Claramente verifica-se que a liberdade pessoal não é considerada mais importante, pois quando se é proprietário se trabalha muito mais do que quando funcionário e as responsabilidades também aumentam reduzindo assim o tempo para a vida pessoal.

3.2. Segurança e Bem-estar da família

Na escala de mensuração da motivação empresarial os itens considerados relevantes para a segurança e bem-estar da família, apresentaram os seguintes resultados: estar mais perto da família, foi considerado um fator motivador importante para 45,6% dos empresários, logo após, com 40,9% segurar o futuro dos membros da família, seguido de acumular lucro para a aposentadoria com 38%, e por fim com um grau de importância de 31,6% construir um negócio para passar adiante.

Apesar de todas as opções terem sido consideradas importantes pela maioria, nota-se que as pessoas estão levando em conta em primeiro lugar o convívio e o futuro de seus familiares uma vez que estão empreendendo motivados pela vontade de passar mais tempo e dar uma vida melhor para estes.

3.3. Motivadores Extrínsecos

Os motivadores extrínsecos, ocorrem quando os empreendedores buscam obter com os seus novos negócios uma vida confortável, com lucros, crescimento, renda pessoal, dando o melhor para sua família.

A grande parte dos empreendedores estudados consideram aumentar vendas e lucros como um dos fatores motivadores mais importantes, gerando um percentual de 59,1%. 58,8% dos empresários, consideram importante ter uma vida confortável e por esse motivo empreendem, tanto é que nenhum dos pesquisados considerou sem importância tal item.

Quando questionados, o quanto “aumentar a renda pessoal” é importante para motivar o empreendedorismo, 57,3% considera de suma importância, como um eficiente meio de motivação. Nenhum indivíduo optou pela opção sem importância, isso ocorre pelo motivo de que todo aquele que empreende no ramo de negócios, o faz com a intenção de aumentar seus rendimentos, nenhum empreende sem ter por objetivo fins lucrativos.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Maximizar o crescimento do negócio para os empreendedores, é considerado importante para a 47,4%, isto significa que estes varejistas estão motivados para atingir maiores resultados, buscando sempre novas oportunidades de crescimento para o seu negócio.

3.3. Motivadores Intrínsecos (Pessoais)

Os motivadores intrínsecos se mostraram como sendo de suma importância em 100% das questões. A importância do crescimento pessoal na hora de empreender foi confirmada por 60% dos pesquisados, ainda segundo a pesquisa conhecer o desafio é importante para 45% dos entrevistados, seguido de provar que posso ter sucesso com 37,4 e ganhar reconhecimento público com 35,1%. Entende-se que todo empreendedor é motivado pelo desafio seja ele de crescer ou provar que é capaz para terceiros.

Os motivadores Intrínsecos são aqueles que de algum modo desafiam o empreendedor a conquistar ou provar algo.

CONCLUSÃO

Através do levantamento e análise dos dados em termos de fatores motivadores, foi possível identificar que para a maioria dos empresários entrevistados boa parte das necessidades, sejam elas de autonomia e independência, segurança familiar, extrínsecas ou intrínsecas, são consideradas de suma importância para o empreendedorismo.

Através da pesquisa percebeu-se que a única necessidade considerada como meramente importante é a de Manter a Liberdade Pessoal. Esta se enquadra dentro das necessidades de autonomia e independência e evidencia o fato de que nem sempre ser dono do próprio negócio trará maior liberdade para o empresário, uma vez que ele precisará trabalhar bem mais, pois o sucesso dependerá somente do próprio esforço, acarretando em menos tempo disponível para cuidar de suas necessidades pessoais.

Conforme analisadas as questões e relacionando-as com os sexos masculino e feminino no perfil empreendedor, notou-se três questões onde as mulheres tiveram um grau de importância mais significativo do que os homens, sendo elas: construir um negócio para passar adiante, assegurar o futuro dos membros da família e acumular lucros para aposentadoria.

Por fim, conclui-se que os atributos de motivação são avaliados de forma diferente pelos empresários entrevistados. Destarte para conceber um movimento que visa fomentar o empreendedorismo no varejo é preciso começar dando uma ênfase maior nas características que envolvam o crescimento pessoal, aumento da renda e o ganho de uma vida mais confortável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, I. Administração de empresas: uma abordagem continental. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

DEBASTIANI, I. R. Empreendedorismo: relação entre motivação empreendedora, perfil do empreendedor e o desempenho empresarial. 2003, 130 pg. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2003.

DOLABELA, F.. Oficina do Empreendedor. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

FARREL, L. C. Entrepreneurship fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Atlas, 1993.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

- HAIR, J. F. Jr. Análise Multivariada de Dados. 5 ed, Porto Alegre: Bookmann, 2005.
- MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MATTAR, F. N. Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento, execução, análise. v.1, 2 ed. São Paulo: Atlas, 1994.