



AS VARIÁVEIS NECESSIDADE E OPORTUNIDADE E AS SUAS INFLUÊNCIAS NA ABERTURA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap

Aléxia Galvão Assunção¹

Filipe dos Anjos Queiroz²

Robson Antônio Tavares Costa³

Resumo: Muitos estudos têm apontado que o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento da economia. Mesmo antes de ser definido o que é empreender, determinadas práticas já eram determinantes para a sobrevivência humana. O artigo busca, através de um estudo quantitativo e qualitativo em micro e pequenas empresas do centro comercial do Município de Macapá-AP, analisar a influência das variáveis necessidade e oportunidade para o surgimento de novos empreendimentos. Os resultados sugerem que esses dois fatores são importantes para o surgimento de novos empreendimentos, mas a necessidade mostrou-se consideravelmente mais decisiva frente a outros fatores para o ingresso de indivíduos no comércio da referida região.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Necessidade; oportunidade.

THE VARIOUS NEEDS AND OPPORTUNITY AND THEIR INFLUENCES IN THE OPENING OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES: a field study in the commercial center of Macapá-Ap

Abstract: Many studies have pointed out that entrepreneurship is fundamental to the development of the economy. Even before it was defined what is to be undertaken, certain practices were already determinant for human survival. The article seeks to analyze, through a quantitative and qualitative study in micro and small companies of the commercial center of the Municipality of Macapá-AP, to analyze the influence of the necessity and opportunity variables for the emergence of new enterprises. The results suggest that these two factors are important for the emergence of new enterprises, but the need has been considerably more decisive in relation to other factors for the entry of individuals in the commerce of that region.

Keywords: Entrepreneurship; Necessity; Opportunity.

Resúmen: Muchos estudios han señalado que el emprendimiento es fundamental para el desarrollo de la economía. Incluso antes de definir lo

¹ Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). E-mail: alexia.galvao2509@gmail.com

² Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). E-mail: felipsy.anjos@gmail.com

³ Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). E-mail: ratcosta@gmail.com

que es emprender, ciertas prácticas ya eran determinantes para la supervivencia humana. El artículo busca, a través de un estudio cuantitativo y cualitativo en micro y pequeñas empresas del centro comercial de la ciudad de Macapá-AP, analizar la influencia de las variables necesidad y oportunidad para la aparición de nuevas empresas. Los resultados sugieren que estos dos factores son importantes para que se presenten tales empresas, pero la necesidad se mostró considerablemente más decisiva frente a otros factores para el ingreso de individuos en el comercio de dicha región.

Palabras clave: Emprendimiento; Necesidad; Oportunidade.

1 INTRODUÇÃO

No decorrer dos últimos anos até os dias atuais, o empreendedorismo tem ganhado ênfase em seu embasamento teórico por parte de muitos doutrinadores, tanto em nível nacional quanto internacional, focando, entre outros fatores, dois primordiais para a iniciação da prática empreendedora, são eles: necessidade e/ou oportunidade (SIPILÄ, 2006; REI, 2007; GIL, 2008; JULIEN, 2010; HERBERT; LINK, 2010; ALVES, 2011; LANDSTRÖM; HARIRCHI; ASTRÖM, 2012; SIVAPALAM; BALASUNDARAM, 2014; LEITE; MORAES; SALAZAR, 2015; COSTA, 2015), maximizando também as investigações sobre as influências internas e externas ao empreendedorismo que se inserem dentro da área em estudo e que influenciam diretamente na economia de determinadas regiões e grupos de indivíduos. Há ainda o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), classificado, na atualidade, como o mais relevante estudo sobre o desenvolvimento do empreendedorismo nacional e internacional, dispendo-se a investigar o percentual per capita de adentrada no ramo empreendedor por fatores variados.

Dentre as múltiplas motivações apontadas pelo GEM, necessidade e oportunidade foram os fatores que se evidenciaram como os mais relevantes e capazes de revelar empreendedores, abarcando um percentual total de aproximadamente 97% dos realizadores que estão atuando no mercado devido a esses dois fatores (GEM, 2011). Tais laboriosos levados por esses quesitos diferem-se em indivíduos que necessitam ingressar no mercado perante um árduo cenário de insuficiência de mantimentos próprio e de terceiros e por cidadãos que enxergam alguma ocasião propícia para fazer investimentos, seja ou não como uma forma de complemento de renda.

Nessa conjuntura, perscrutou-se, através de estudos científicos que deram embasamento à formulação de um questionário com o objetivo de constatar qual das hipóteses: H0: A necessidade e/ou a oportunidade são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores, e H1: A necessidade e/ou a oportunidade não são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores, é válida para responder: A necessidade e/ou a oportunidade provocam o surgimento de novos empreendedores?

Na primeira parte textual do artigo, está disposto o referencial teórico que se divide em três seções: Histórico do empreendedorismo, que traz conceitos de iniciação a essa prática desde a era feudal até os dias atuais; diferença do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade e a ótica de conhecimentos técnicos, mostrando diferentes visões e conceitos por diversos teóricos que apontam os motivos que diferem essa dualidade de empreendedorismo, abordando ainda a importância dos conhecimentos técnicos para a gestão e a continuidade dos negócios; influência da necessidade e da oportunidade no empreendedorismo, destacando alguns dos principais aspectos dessas duas variáveis que influenciam diretamente a economia e a sociedade. Na segunda parte, é explanado o processo metodológico, em que foi aplicado um questionário com 5 (cinco) perguntas de cunho fechado para 80 (oitenta) empresários de micro e pequenas empresas do centro comercial de Macapá-AP, objetivando sondar a incidência dos dois principais fatores motivacionais citados anteriormente.

No que tange aos resultados da pesquisa, distinguem-se dos parâmetros em nível nacional, que apontam que a maior incidência de empreendedores dá-se pela oportunidade, pois, segundo o GEM (2014, p. 9), “do total de empreendedores brasileiros em 2014, 70,6% o foram por oportunidade”, trazendo dados inversamente proporcionais, indicando que a predominância no município de Macapá-AP é do empreendedorismo pela necessidade, com um percentual de 75%.

2 HISTÓRICO E CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo para muitos indivíduos pode parecer um tema bastante prematuro, todavia, segundo Landström, Harirchi e Aström (2012), é uma prática tão antiga quanto o escambo, mas que não era tão discutida e abordada quanto nas últimas cinco décadas.

Essa discussão fomentou-se após o sistema feudal implantado na economia europeia durante a idade média, em que a igreja e os senhores feudais eram detentores das terras, de modo a propriedade privada era altamente limitada e aos produtos eram empregadas altas taxas tributárias (LANDSTRÖM; BENNER, 2010). Mas, conforme Verga e Silva (2014), durante esse mesmo período histórico, houve lentamente uma ruptura desses paradigmas e, conseqüentemente, o sistema empreendedor evoluía embasado na classe burguesa e na ascensão das cidades.

Para Murphy, Liao e Welsch (2006), o empreendedorismo ganhou força nos séculos XVI e XVII, objetivando retificar as ineficácias, promover soluções, bens e serviços inovadores. Todavia, o movimento empreendedor foi aprimorando-se a partir do século XVIII, com a conveniência de ingresso em novos mercados e o avanço das ciências sociais aplicadas.

Segundo Alves (2011), a essência do empreendedorismo é constantemente confundida com a própria evolução do homem, uma vez que se acredita que o “comportamento empreendedor” sempre subsistiu e foi essa prática a chave propulsora para o homem arquitetar, produzir e desenvolver-se até a conjuntura presente. Porém, de acordo com o autor, o uso da palavra “empreendedorismo” é mais contemporâneo, sendo que o grande economista e escritor do século XVII, Richard Cantillon, é visto por muitos como um dos precursores e idealizadores do referido termo, sendo um dos pioneiros a discernir o empreendedor e o capitalista, por conseguinte o que assume riscos e o que fornece o capital, respectivamente.

Muitos doutrinadores desde o século XVII até o século presente buscaram empenhar-se e instruir-se nos conhecimentos científicos e, conseqüentemente, fomentar grandes contribuições para o avanço do empreendedorismo, tornando-o uma ciência mundialmente conhecida e labutada. Ainda que seja um assunto vastamente debatido na atualidade, os seus ideais são dinâmicos e relativos, variando de cultura para cultura, de economia para economia e de pensador para pensador. Com a evolução da sociedade, nota-se que ao termo empreendedorismo foram empregados diversos significados, que foram reestruturados de acordo com essa evolução, mantendo-se a essência conceitual. Verga e Silva (2014, p. 2) expõem que:

No século XVII, representado na era econômica, o empreendedor estava ligado a pessoa que “tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar”, e, no fim deste século e início do século XVIII, o termo foi usado como referência à pessoa que “criava e conduzia empreendimentos.

Landström e Benner (2010) e Julien (2010) retrataram os aportes dos franceses embasados em Jean Baptiste Say (1767-1832), sendo que eles interpretavam o realizador como coordenador de distribuição e produção, sendo assim, uma figura que se restringia em associar os quesitos “propriedade, patrimônio e capital humano” de produção que se davam em novos projetos empreendedores.

Com o passar dos anos, essas significâncias tornaram-se insuficientes e foram sendo atualizadas com o avançar dessa ciência administrativa. Logo, houve a necessidade de adequar o termo a uma nova concepção, de acordo com as funcionalidades empreendedoras da época vigente. Alves (2011) relata que, para o economista austríaco Joseph Schumpeter, o empreendedor era capaz de assimilar e usufruir das oportunidades geradas pelos avanços tecnológicos, inserindo e modificando cenários com processos modernizadores de produção, expandindo comércios, aglutinando valores com insumos e constituindo novas empresas, possibilitando até a criação de novos circuitos financeiros.

Em concordância com a afirmação anterior, o empreendedorismo é estabelecido como ensejo para a idealização de algo novo, não necessariamente mercadorias ou ofícios serviços novos, mas podendo arquitetar a otimização de uma nova seara mercadológica, utilizando novos insumos, originando novos meios de produção ou sua adequação conforme a demanda (BARON; SHANE, 2007).

Tais afirmativas demonstram que o empreendedorismo é tido como um exercício efetivado por agentes intrínsecos, capazes de constatar uma situação oportuna para investimentos que possam gerar lucros satisfatórios a curto, médio e/ou a longo prazo, ou seja, é uma atividade praticada por indivíduos que estão atentos e dispostos a explorar as reais oportunidades disponibilizadas pelo mercado, para que se obtenha êxito lucrativo e, conseqüentemente, o seu desenvolvimento frente ao mercadejo e do próprio comércio como um todo, possibilitando a geração de emprego e renda.

3 DIFERENÇA DO EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE E A ÓTICA DE CONHECIMENTOS TÉCNICOS

Oportunidade e necessidade são variáveis que constantemente costumam ser confundidas, por serem termos que possuem conteúdos similares e que, muitas vezes,

cruzam-se quando o indivíduo enxerga dentro da sua necessidade uma oportunidade para a sua subsistência. Porém, é importante ressaltar que existe uma grande diferença entre os termos. Oportunidade caracteriza-se por uma situação oportuna para fazer algo que possa gerar benefícios visando à melhora da situação do indivíduo num momento adequado, já a necessidade é algo indispensável, aquilo que deve ser realizado com o intuito de conservação da vida, ou seja, é atribuída àqueles que são privados de bens necessários à vida. Embasado no princípio conceitual, buscar-se-á, neste tópico, estabelecer a diferença entre o empreendedor por necessidade e por oportunidade.

Monteiro *et al.* (2007) dispõem que o empreendedor por necessidade caracteriza-se por aquele que age buscando meios de segurança e sobrevivência, ou seja, é motivado a instaurar negócios incitado pela ausência de possibilidades de encargos e proventos. Isso demonstra que a falta de empregos tem sido desproporcional à grande demanda por postos de trabalho, o que acaba provocando uma determinada imposição e vulnerabilidade no indivíduo, motivando-o a idealizar a sua própria fonte de renda como maneira de afiançar-se financeiramente.

Reynolds *et al.* (2005) afirmam que o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) objetiva pesquisar em escala nacional as variantes do empreendedorismo e as suas influências para a geração de emprego e progresso na economia.

Em consonância, Bosman e Harding (2007) afirmam que o diagnóstico do GEM 2006 demonstra que a presença de empreendedores que são movidos pela necessidade é mais significativa nos países onde a arrecadação individual derivada do trabalho é mediana e, como consequência, são-lhes empregados a característica de pouco empreenderem em virtude de oportunidades, mas em sua maioria por necessidade. Logo, infere-se que grande parte dos empreendedores motivados pela necessidade são encontrados em localidades onde as oportunidades de trabalho são reduzidas.

Se não fosse em virtude do empreendedorismo, tais regiões, onde o empreendedor é predominantemente motivado a empreender pela sua necessidade de subsistência, seriam menos desenvolvidas e, em decorrência, a geração de emprego e renda seria insatisfatória, uma vez que, conforme Costa (2015 p. 70): “O empreendedorismo é fator preponderante na geração de emprego e renda e no fortalecimento da economia de uma determinada região”.

Monteiro *et al.* (2007) afirmam que a virtuosidade de identificar oportunidades é caracterizada especialmente pela capacidade de detectar novas oportunidades de produtos e/ou prestação de serviços, identificando o que os demais concorrentes não conseguem perceber, visualizar além. Em consonância, Sipila (2006) expõe que o processo de empreender em virtude da oportunidade é dado pela constatação de determinadas situações oportunas que podem gerar evolução econômica e o seu próprio desenvolvimento e, assim, o sujeito empreendedor decide usufruí-la.

Determinados teóricos apontam outros fatores além do conceitual, mas práticos, ou seja, delimitam aspectos pessoais que distinguem o empreendedor movido pela necessidade e pela oportunidade e ainda em que ponto interceptam-se tais visões. Isso é de fundamental importância para que se compreenda a diferença que há entre esses fenômenos, principalmente no que se trata das oportunidades mercadológicas. Monteiro *et al.* (2007, p. 4) expõem que “o empreendedor, por conta de suas características e habilidades pessoais, e de como ele atua no ambiente, decide pela exploração da oportunidade”.

Todavia, apenas isso não é o suficiente para que se empreenda de maneira correta para que o indivíduo seja bem sucedido no ramo. Costa (2015, p. 70) explica que:

Os fatores da personalidade que caracterizam os sujeitos empreendedores como pessoas que conseguem enxergar oportunidades onde outros não conseguem, são comumente explorados no meio acadêmico, científico. Contudo, se ser empreendedor é uma característica genética, não precisam de mais nada para serem bem sucedidos.

Costa (2015) assinala ainda que muitos estudos na referida área e ainda muitos empreendedores não dão a devida importância para a percepção de práticas e técnicas empresariais, como o plano de negócios, os relatórios financeiros, a elaboração dos preços de venda dos produtos, a gestão de cargos e salários, o estudo coerente do mercado, dentre outros fatores que contribuem para que os indivíduos que entram no mercado para empreender tornem-se bem sucedidos nos seus negócios.

Dessa forma, fica evidente que empreender com êxito perpassa o campo da perspicácia, isto é, saber encontrar as oportunidades que o mercado oferece, mesmo sendo esse um fator importante e isso, de fato, é evidenciado por Bosman e Harding (2007) ao enfatizarem que o relatório do GEM 2006 aponta que, mesmo com muitas oportunidades no Brasil, mais se empreende por necessidade, ou seja, faltam algumas

características que dão a capacidade a muitos brasileiros de perceberem o seu caráter empreendedor e apreenderem algumas habilidades e técnicas para fomentarem um possível negócio de sucesso.

4 INFLUÊNCIA DA NECESSIDADE E DA OPORTUNIDADE NO EMPREENDEDORISMO

Nos últimos anos, muitos foram os teóricos que investigaram o empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, de forma conjunta ou isolada, ou na ótica da dependência ou da interdependência desses fatores, como (BLOCK; SANDNER, 2009; COSTA, 2015; JULIEN, 2010; LANDSTRÖM; BENNER, 2010; SIVAPALAM; BALASUNDARAM, 2014), continuando, assim, a fomentarem os estudos sobre alguns aspectos que influenciam um indivíduo a tornar-se um empreendedor por necessidade e/ou por oportunidade.

Para Vale, Corrêa e Reis (2014), o empreendedor por necessidade é aquele que abre uma organização pressionado pela ausência de alternativas de trabalho ou de outras fontes de renda. Com base nesse fato, é possível observar que tais empreendedores são movidos pela necessidade e, assim sendo, devem ter como característica peculiar a perspicácia para identificar oportunidades no mercado que podem ser alternativas lucrativas, sendo que essa característica influencia diretamente no comportamento do indivíduo que almeja empreender.

Vale, Corrêa e Reis (2014) ratificam a ideia que o realizador deve encontrar-se em todas as ocasiões acautelado, estando, assim, apto a identificar e até mesmo descobrir novas oportunidades que o mercado pode oportunizar, para, desse modo, fazer os investimentos propícios e coerentes com a demanda mercadológica.

Os doutrinadores Tang, Kacmar e Busenitz (2012) afirmam que os indivíduos devem estar em estado de alerta para que, assim, possam engajar-se em um novo empreendimento, em uma nova fonte geradora de recursos.

É salutar que todos os que motivados pela necessidade que se aventuram na referida área observem a dinâmica mercadológica para que, dessa forma, saibam onde devem investir, onde comprar e como vender, de modo que estejam, na sequência, aptos à descoberta e à exploração de novas oportunidades. “Nessa perspectiva processual, o

contexto é fundamental nos estudos de empreendedorismo” (LEITE; MORAES; SALAZAR, 2015, p. 80).

Alves (2011) dispõe que as oportunidades são situações em que os insumos, o trabalho e, portanto, outros ou novos bens são vendidos e negociados a um valor superior aos seus custos, de forma que se obtenham lucros. Nessa ótica, os empreendedores, em sua maioria, saem da zona de conforto influenciados pela necessidade de subsistência, a aspiração pelo lucro que empreender de forma correta pode proporcionar, entrando, assim, no mercado movido pela necessidade e pelas oportunidades. Rei (2007) explana que o crescimento econômico daqueles que se impõem como empreendedores deu-se, na maioria das vezes, pela necessidade que os levou para o campo do empreender. Logo, isso demonstra que grande parte dos laboriosos que, hoje, estão inseridos no mercado partiu de uma necessidade peculiar, que, conseqüentemente, pôde ser vista como uma ocasião favorável para iniciarem os seus investimentos no mercadejo.

Um aspecto relevante é o que Leite, Moraes e Salazar (2015) explicitam ao afirmarem que a exploração das conjunturas é diretamente influenciada pelo poder criativo do empreendedor. Venkataraman *et al.* (2012) assinalam que é imprescindível saber explorar as oportunidades, logo a descoberta delas acaba não sendo o fator primordial para o ingresso de muitos indivíduos no ramo empreendedor.

Em consonância, Faia, Rosa e Machado (2014) sublinham que muitos indivíduos que possuem aspiração ao empreendedorismo não conseguem descobrir nem explorar as oportunidades, devido aos erros e às falhas nos mercados e na fixação de preço, permitindo a adesão de insumos com preços baixos, combinando-os e revendendo-os em mercados nos quais os preços estejam mais elevados. Os autores destacam ainda como causa o constante estado de equilíbrio do mercado, defendido por Schumpeter, onde as informações são compartilhadas de forma imperfeita e, desse modo, o estado de equilíbrio deda-se por meio do sistema de preços. Por conseguinte, alguns empreendedores ao terem essas informações antes de outros podem, igualmente, obterem insumos com preços menores e, assim, revendendo-os após recombinarem-nos.

Para Snowdown e Vane (2005), desequilíbrio é denominado como assimetria de informações mercadológicas. Herbert e Link (2010) ratificam tudo o que foi visto anteriormente quanto às oportunidades e à dinâmica do mercado, quando dispõem que o segredo do empreendedorismo é o alerta a novas oportunidades, sendo o empreendedor

movido pelas necessidades de crescimento, logo ele tem o papel de alcançar ajustamentos que determinarão necessariamente o equilíbrio do mercado.

Evidentemente que no mundo corrente e com as diversas crises econômicas vivenciadas, a variável oportunidade está intrinsecamente ligada à necessidade, pois ela acaba sendo um fator determinante para a inserção diária de novos empreendedores no mercado de trabalho, uma vez que, influenciados pela ausência de renda, precisam ainda ter criatividade aplicada conjuntamente com conhecimentos técnicos para atender a demanda familiar de subsistência.

Ainda que muitos teóricos afirmem que o surgimento de novos empreendedores esteja apenas embasado na dualidade entre necessidade e/ou oportunidade, outros como Willians, Round e Rodgers (2009, p. 211) salientam que há muito tempo essa dual premissa deveria ser “substituída por uma nuance mais compreensiva da rica e dinâmica motivação presente nas decisões” de tornar-se empreendedor. Assim, é fundamental que os aspirantes ao empreendedorismo saibam compreender a dinâmica mercadológica para tornarem os seus investimentos uma fonte de lucros segura, estando a estudar o mercado e toda a sua dinâmica econômica, sabendo, assim, antecipar-se e explorar de forma coerente todo e qualquer ensejo oportuno que o comércio pode proporcionar-lhes para tais fins, até porque Schweizer, Vahlne e Johanson (2010) asseguram que as oportunidades mostram-se autônomas a atitudes proativas dos empreendedores.

5 METODOLOGIA

O presente trabalho foi elaborado em dois momentos distintos, dispondo de dois tipos de pesquisa. Na primeira parte, foi utilizada a tipologia de pesquisa exploratória a partir de artigos, teses, dissertações, revistas científicas, livros, entre outros suportes bibliográficos, que, para Gil (2008), têm como finalidade promover ao leitor a maior abrangência possível acerca do assunto. Nesse sentido, não há o enfoque de exploração do desconhecido a respeito do tema, mas o aprimoramento do que se evidenciou em outras pesquisas referentes à temática, levando o leitor a conhecer a realidade dos empreendedores macapaenses no tocante aos fatores motivacionais, à necessidade e à oportunidade, como variáveis para a inserção desses indivíduos no mercado.

No segundo instante, a pesquisa foi realizada em campo, com caráter quanti-qualitativa. De natureza quantitativa, pois se utilizou um questionário com teor

investigativo, inquerindo diretamente oitenta entrevistados, a fim de fazer sondagens acerca da temática, em que os dados coletados serão convertidos em números para melhor visualização e compreensão dos resultados, obtendo-se, assim, conclusões satisfatórias. Trata-se de pesquisa de cunho qualitativo, porque visa à preocupação com os processos de sua realização, pesquisando a correlação existente entre a realidade e os propósitos da temática em voga, requerendo maior envolvimento dos pesquisadores na investigação e na coleta dos dados.

Assim, essa pesquisa foi proposta com o objetivo de analisar se as variáveis necessidade e oportunidade são importantes para o surgimento de novos empreendedores no mercado de trabalho do Município de Macapá-AP. Para isso, foi aplicado um questionário com cinco questões de cunho fechadas, relativas à importância dos fatores necessidade e oportunidade, a simultaneidade desses quesitos e se esteve presente algum(ns) conhecimento(s) técnico(s) na tomada de decisão para a inserção no mercado como empreendedor.

Participaram uma amostra de 80 (oitenta) empreendedores, cujos empreendimentos estão localizados na área central de Macapá-AP, de um universo de aproximadamente 200 negócios que atuam naquele espaço geográfico. Essas informações foram fornecidas pela Junta Comercial do Amapá (JUCAP), podendo, assim, contatar os empreendedores para que houvesse as entrevistas de acordo com a disponibilidade deles. Tais coletas de dados foram realizadas no período de julho de 2015 a julho de 2016. Como ferramenta de análise dos dados coletados, foram utilizados a estatística descritiva e ainda o teste de hipótese e correlação linear simples.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A tipologia de pesquisa quantitativa possibilitou uma abrangência mais ampla quanto ao número de empreendedores e à interpretação que, em sua maioria, mostrou-se tendenciosa a estarem inseridos no atual comércio de Macapá pela variável necessidade. Por outro lado, a pesquisa qualitativa possibilitou uma investigação mais aprofundada acerca do tema, revelando alguns fatores propulsores complementares às variáveis discutidas ao longo do artigo, denominadas, aqui, de fatores motivacionais, não descritos na pesquisa bibliográfica.

A necessidade de subsistência e a busca por uma renda melhor são fatores notórios e simultâneos nos dois cunhos de pesquisa citados anteriormente. Um percentual de 75% dos respondentes apontou que o fator necessidade estava presente no início da sua caminhada empreendedora. Tal fator contrapõe a evidência da oportunidade nessa pesquisa, onde 41,5% dos entrevistados relataram que essa variável esteve presente na tomada de decisão para tornarem-se empreendedores.

No entanto, foi possível constatar que, dentro da necessidade, boa parte dos empreendedores pode detectar uma oportunidade de mercado, quando uma parcela de 77,5% do total afirmou que as variáveis estiveram presentes simultaneamente. Um grave fator constatado na pesquisa foi a falta de conhecimentos técnicos na inserção de 70% dos respondentes no mercado, porém, uma fração quase total de 93,75% acredita que é necessário a adesão de conhecimentos técnicos para poder realizar uma boa gestão, que esteja adequada à complexidade do mercado atual.

Na tabela 1, a seguir, demonstram-se os resultados obtidos na pesquisa de campo, que estão em consonância com a pesquisa bibliográfica. Vale ressaltar que a letra P corresponde à Pergunta utilizada na coleta de dados.

Perguntas	Valores em percentual (%)		Valores em quantidade	
	Respostas SIM	Respostas NÃO	Respostas SIM	Respostas NÃO
P1- O fator necessidade foi determinante para que você começasse a empreender?	75%	25%	60	20
P2- Você adentrou no ramo empreendedor em virtude de observar alguma oportunidade no mercado?	41,25%	58,75%	33	47
P3- As variáveis necessidade e oportunidade estavam presentes simultaneamente quando você decidiu empreender?	77,5%	22,5%	62	18
P4- Você tinha conhecimentos				

técnicos para empreender quando decidiu entrar no mercado?	30%	70%	24	56
P5- Você acredita que ter conhecimentos técnicos sobre empreendedorismo é relevante para gerir negócios?	93,75%	6,25%	75	5

Na tabela 1, estão elencados os números reais de pessoas entrevistadas, transformados por meio de regra de três simples para valores percentuais.

O fator necessidade foi preponderante, apontado por 75% dos respondentes como ponto principal para iniciar-se um determinado empreendimento e isso é abordado por Costa (2016) como um estado de desconforto, preocupação e descontentamento do indivíduo, visto que, motivado pela necessidade, ele busca o equilíbrio financeiro e social, através do empreendedorismo. Tal motivo, consequentemente, é acompanhado por uma parcela minoritária de 41,25% que adentraram no mercado em virtude de observarem uma oportunidade. Isso é visto por Sipilä (2006) como um elemento a ser explorado, onde o indivíduo busca satisfazer os seus anseios. Esses dados cruzam-se no terceiro questionamento, onde 77,5% dos entrevistados fizeram comprovar que, de fato, é possível haver oportunidade inserida na exiguidade, visto que o indivíduo vê-se pressionado pela inevitabilidade de subsistência própria e de terceiros, indo, assim, em busca de uma forma de manter-se.

Na criação de uma empresa, foi citado por 93,75% dos empreendedores que é de fundamental importância ter conhecimentos técnicos para gerir essa empresa, uma vez que, destes, 70% não detinham nenhum saber gerencial, aprendendo apenas com a prática diária, fator que, por muitos, é apontado como arriscado. Isso, de fato, está de acordo com o que Costa (2015) expõe em seus estudos sobre a importância de treinamento empresarial para a formação de empreendedores, que, como requisito básico para ser um empreendedor de sucesso, deve-se dar a devida importância ao conhecimento de estratégias empresariais, como a formação de um plano de negócios para dar foco aos objetivos da empresa.

Para corroborar com as nossas pesquisas, elaborou-se o seguinte teste de hipóteses:

H0: A Necessidade e/ou a oportunidade são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores.

H1: A Necessidade e/ou a oportunidade não são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores.

Por meio deste estudo, procurou-se obter a diferença entre os valores observados e esperados ou uma diferença superior, se a Hipótese Nula fosse verdadeira (valor p). Como em todos os testes de hipóteses, é com base nessa probabilidade que se decidiu se a Hipótese Nula é ou não aceita. No caso da correlação entre as variáveis necessidade e oportunidade e abertura de empresas, a partir do valor P associado ao qui-quadrado encontrado obteve-se o indicador médio de 19,58 e o qui-quadrado 17,29 um fator bem robusto e seu p-valor é de 0,008, ou seja, neste caso, aceita-se a hipótese, pois, existe correlação em um nível de confiança 95% entre necessidade e oportunidade e abertura de empreendimentos. Portanto, é possível por meio do teste de hipótese ratificar que a necessidade e/ou a oportunidade são fatores determinantes para o surgimento dos novos empreendimentos dentro da amostra pesquisada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados alcançados, é possível fazer algumas análises e obter algumas conclusões quanto às hipóteses apresentadas frente ao crescente surgimento de novos empreendimentos no centro comercial de Macapá-AP. Diante dos estudos realizados, observa-se que a hipótese H1: A necessidade e/ou a oportunidade não são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores não é aceita, e a hipótese H0: A necessidade e/ou a oportunidade são os fatores determinantes para o surgimento de novos empreendedores é validada. Isso permite ponderar que necessidade e oportunidade são variáveis expressivas para explicar a inserção de novos empreendedores na referida região mercadológica.

Dentre os fatores motivacionais percebidos a partir da necessidade, pode-se enfatizar a falta de indústrias, a pouca realização de concursos públicos e a não aprovação de muitos indivíduos nesses concursos e, conseqüentemente, da não inserção deles no terceiro setor econômico do Estado, que é movido pela “economia do

contracheque”. Tem-se ainda o desemprego decorrente da atual crise econômica vivenciada no Brasil, comprovado por dados do IBGE, quando relata que, no segundo trimestre de 2016, o Amapá apresentou a maior taxa de desemprego do país, com 15,8% de desocupação. O dado cresceu em relação aos três primeiros meses do ano, quando o indicador ficou em 14,35% (PACHECO, 2016)

Outros elementos também foram percebidos, porém, na ótica da oportunidade, que são evidenciados pelos indivíduos que participam do setor de serviços, o qual tem um índice de 48% no Estado do Amapá, em que alguns não satisfeitos pela remuneração recebida, buscam o empreendedorismo como uma forma de complementação de sua renda. Nota-se, aqui, que eles não dependem primordialmente do empreendedorismo, mas que, nele, viram uma oportunidade de melhorar a sua estabilidade financeira.

Outra parcela também é afetada pelos fatores que abarcam a necessidade, conforme citado anteriormente, assim como outros indivíduos que não passam por necessidades de subsistência por estarem em uma determinada zona de conforto familiar. Todos eles encontram na oportunidade uma maneira de adquirirem a sua independência financeira.

Novos questionamentos podem surgir a partir dos resultados obtidos nesta pesquisa em potencial para futuras investigações, abrangendo setores e regiões mais adequados de acordo com a finalidade dos estudos. A partir dos resultados, é mister que os indivíduos que buscam a sua inserção no empreendedorismo deem mais importância às instituições que norteiam o pensamento empreendedor, como o SEBRAE, para que estejam preparados para empreender no atual e complexo mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. R.. **Empreendedorismo**. 2. ed. Recife: Sectma, 2011.

BARON, R.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thompson, 2007.

BLOCK, J. H.; SANDNER, P. Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. **Journal of Industry Competition and Trade**, Frankfurt, v. 9, n. 2, 2009 Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=934722>>. Acesso em: 05 Abr. 2016.

BOSMA, N.; HARDING, R. **Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 results**. Wellesley/London: BabsonCollege/London Business School, 2007.

COSTA, R. A. T. **Empreendedorismo**. Macapá. UNIFAP. Proferido em aula, mar 2016.

COSTA, R. A. T. A importância do treinamento empresarial para a formação de empreendedores: um estudo com base no EMPRETEC-AMAPA. **Estação Científica**. Macapá, v. 5, n. 1, p. 69-83, jan./jun. 2015.

FAIA, V.S.; ROSA, M. A. G.; MACHADO, H. P. V.; Alerta Empreendedor e as abordagens causation e effectuation sobre empreendedorismo. **Revista de Administração contemporânea**. Curitiba, v. 18, n. 2, mar/abr. 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo. 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sebrae/portal%20sebrae/estudos%20e%20pesquisas/gem%202014_relatorio%20executivo.pdf> . Acesso em: 03 ago. 2016.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo. 2011. Disponível em: <<http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>> Acesso em: 01 ago. 2016.

HERBERT, R. F.; LINK, A. N. Historical perspectives on the entrepreneur. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 2, n. 4. Jun. 2010 Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1628241>. Acesso em: 25 Mar. 2016.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento. **Tradução de Maria Freire Ferreira Salvador**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010. p. 15-45. Disponível em: < <http://www.elgaronline.com/view/9781847209191.00008.xml>>. Acesso em: 02 Fev. 2016.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**. v. 41. p. 1154-1181, set. 2012. Disponível em: <<http://www.hh.se/download/18.1fdaff1d149decf64af103d/1416822573880/Entrepreneurship+-+Exploring+the+knowledge+base,+Landstr%20Åm+et+al+RP+2012.pdf>> Acesso em: 26 fev. 2016.

LEITE, Y. V. P.; MORAES, W. F. A.; SALAZAR, V. S. Tipos de oportunidades no empreendedorismo internacional. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 1, 2015. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/41187>> Acesso em: 01 mar. 2016.

MONTEIRO, B. G., BARTHOLO JUNIOR, R. S., LANGENBACH, M. L., GONÇALVES, M. V., SILVA, A. L., MARQUES, T.D., **A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade.** 17, Foz do Iguaçu, p. 1-8, 2007.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History.** v. 12. p.12-35, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13552520610638256>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

PACHECO, J. AP tem a maior taxa de desemprego do Brasil no segundo trimestre de 2016. **G1 Amapá**, Macapá, 19 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2016/08/ap-tem-maior-taxa-de-desemprego-do-brasil-no-2-trimestre-de-2016.html>>. Acesso em: 13 out. 2016

REI, C. M.; Breve digressão teórica sobre as determinantes da produtividade. **Revista da Ciência da Administração.** v. 1, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://bdigital.ipg.pt/dspace/bitstream/10314/2168/1/anexo%2025b.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2016

REYNOLDS, P.; BOSMA, N.; AUTIO, E.; HUNT, S.; DE BONO, N.; SERVAIS, I.; LOPEZ-GARCIA, P. & CHIN, N. **Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998–2003.** *Small Business Economics.* v. 24, p. 205–231, 2005. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-005-1980-1#page-2>> Acesso em: 01 mar. 2016.

SCHWEIZER, R.; VAHLNE, J. E.; JOHANSON, J. Internationalization as an entrepreneurial process. **Journal of International Entrepreneurship.** v. 8, n. 4, p. 343-370, mai. 2010. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10843-010-0064-8#/page-1>> Acesso em: 03 mar. 2016.

SIPILÄ, M. Opportunity Recognition in Entrepreneurial Studies. **Seminar in Business Strategy and International Business**, 2006. Disponível em: <http://www.tuta.hut.fi/Studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/seminar_papers_2006/Miika_Sipila.pdf> Acesso em: 13 mar. 2016.

SIVAPALAM, A.; BALASUNDARAM, N. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective. **South Asian Academic Research Journals**, v. 2, n. 10, p. 24-42, 2014. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2382410> Acesso em: 05 mar. 2016.

SNOWDOWN, B.; VANE, H. **Modern Macroeconomics: Its Origins, Development and Current State.** Edward Elgar Publishing Limited, Northampton, vol. 9, n. 1. 2005. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.215.5650&rep=rep1&type=pdf>> Acesso em: 13 ago. 2016.

TANG, J.; KACMAR, K. M.; BUSENITZ, L. Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. **Journal of Business Venturing**, 2012. vol. 9, n. 1. p. 77-94.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/222417581_Entrepreneurial_alertness_in_the_pursuit_of_new_opportunities> Acesso em: 13 set. 2016.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F; Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração contemporânea**, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 311-327, mai/jun. 2014.

VENKATARAMAN, S.; SARASVATHY, S. D.; DEW, N.; FORSTER, W. R. Reflections on the 2010 AMR decade award: whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 21-31, jan. 2012. Disponível em:

<http://calhoun.nps.edu/bitstream/handle/10945/45971/Dew_Reflections_2012.pdf?sequence=1 > Acesso em: 01 out. 2016.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S., Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições e Abordagens. In: **EGEPE-Encontro De Estudos Em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 8, Goiânia, p. 1-16, 2014.

WILLIAMS, C. C., ROUND, J., RODGERS, P. Evaluating the motives of informal entrepreneurs: some lessons from Ukraine. **Journal of Developmental Entrepreneurship**. 2009. Vol 14. n. 1. p. 59-71. Disponível em:

<<http://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S1084946709001144>> Acesso em: 29 abr. 2016