

**UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO – UNIGRANRIO
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ECSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Daniela Longobucco Teixeira Balog

**EMPREENDEDORISMO 50+: DIVERSOS OLHARES SOBRE DESAFIOS E
OPORTUNIDADES FACE AOS PROGRAMAS DE APOIO**

Tese de Doutorado

**RIO DE JANEIRO
2024**

Daniela Longobucco Teixeira Balog

EMPREENDEDORISMO 50+: DIVERSOS OLHARES SOBRE DESAFIOS E OPORTUNIDADES FACE AOS PROGRAMAS DE APOIO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy” (UNIGRANRIO) como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração.

Linha de Pesquisa: Estratégia e Governança

Orientador: Prof. Dr. Sergio Wanderley

**RIO DE JANEIRO
2024**

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UNIGRANRIO – NÚCLEO DE COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECAS

B195e Balog, Daniela Longobucco Teixeira.

Empreendedorismo 50+: diversos olhares sobre desafios e oportunidades face aos programas de apoio / Daniela Longobucco Teixeira Balog. – Duque de Caxias, Rio de Janeiro, 2024.

144 f.

Orientador: Dr. Sérgio Eduardo de Pinho Velho Wanderley.

Tese (doutorado) – UNIGRANRIO, Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Doutorado em Administração, Rio de Janeiro, 2024.

1. Baixada Fluminense. 2. Empreendedorismo 50+. 3. Inclusão. 4. Interseccionalidade. I. Wanderley, Sérgio Eduardo de Pinho Velho. II. Título. III. UNIGRANRIO.

CDD: 658

Rodrigo de Oliveira Brainer CRB-7: 6814

Daniela Longobucco Teixeira Balog

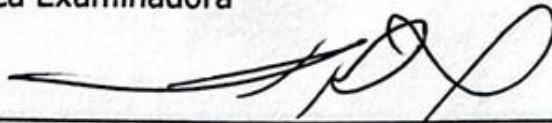
Empreendedorismo 50+: Diversos Olhares sobre Desafios e Oportunidades Face aos Programas de Apoio

Tese apresentada à Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy", como parte dos requisitos parciais para obtenção do grau de Doutor em Administração.

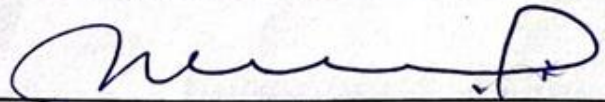
Área de Concentração:
Gestão Organizacional.

Aprovada em 19 de maio de 2024

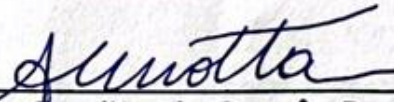
Banca Examinadora



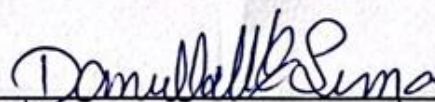
Prof. Dr. Sergio Eduardo de Pinho Velho Wanderley
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



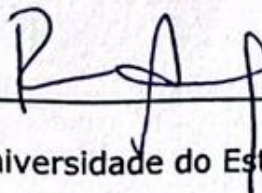
Prof. Dr. Josir Simeone Gomes
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Profa. Dra. Ana Carolina de Gouvêa Dantas Motta
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Profa. Dra. Daniella Munhoz da Costa Lima
Universidade Federal Fluminense - UFF



Profa. Dra. Renata Angeli
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

AGRADECIMENTOS

Primeiramente preciso agradecer a Deus e a todos os anjos que me acompanham e iluminam meus caminhos, todos os dias. Obrigada, por me permitirem chegar até aqui com saúde física e mental.

Ao meu pai, Herbert José Teixeira, que não está mais entre nós, mas que sei que continua incentivando meus estudos onde ele estiver. Sem dúvida, minha maior inspiração acadêmica e empreendedora. Foi ele quem me ensinou que tudo é possível, com disciplina, persistência e resiliência.

À minha mãe, Iolanda Longobucco, mulher forte, guerreira, resiliente, que não teve mãe, que começou a trabalhar aos 13 anos de idade na periferia do Rio de Janeiro, que nunca se abalou com as dificuldades impostas, resistiu, se formou em Administração, e trabalhou por 30 anos na Confederação Nacional da Indústria (CNI). Você, mãe, é o retrato da mulher periférica do Rio de Janeiro, e eu não poderia ter tido maior “escola de vida” senão com você. Obrigada por me dar as ferramentas necessárias para eu chegar aqui. Não há ninguém no mundo como você.

Ao meu marido, Ricardo Balog, e filha, Maria Luiza Longobucco Balog, por terem tido muita paciência comigo durante esse processo. Me perdoem pelas ausências e por não conseguir ser inteiramente “eu” por um período. Fiz o possível e o impossível, como mulher que sou, para conseguir dar conta de tantos papéis.

À minha irmã querida, Profa. Dra. Ana Christina Celano Teixeira, que é uma estrela cadente na minha vida, sempre foi e sempre será. Ela foi a precursora de todo o meu desenvolvimento acadêmico, maior incentivadora e presente nas críticas construtivas dos trabalhos. Eu não estaria aqui hoje sem você. Obrigada por me “abraçar” e me “carregar” junto contigo.

À minha sempre orientadora, Profa. Dra. Deborah Moraes Zouain, que também não está mais entre nós, mas Deus me proporcionou o tempo necessário para estarmos juntas. Obrigada por ter me acolhido em 2017 e me aceitado quando eu não consegui ainda nem pronunciar “epistemologia”. Eu te chamo de “fada madrinha”, porque você realmente foi. Fez pra mim o que muitas mães não fazem pelos filhos e quando você partiu um pedaço de mim foi com você. É impossível descrever o vínculo que criamos nesses 6 anos. Espero que onde estiver possa sorrir e dizer: “muito bom e agora qual o próximo passo?”.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Sergio Wanderley, que também me acolheu, sem pestanejar, em um momento difícil e doloroso. Suas aulas longas, contudo prazerosas, sempre foram as melhores. É para mim motivo de honra ser orientada por professor tão conceituado e querido no meio acadêmico. Talvez estivesse mesmo escrito que você me orientaria nesse momento de mudança epistemológica, com um trabalho mais crítico. Espero estar à altura de sua grandeza.

À Unigranrio, à coordenadora Profa. Dra. Rejane Prevot e todo corpo docente, que desde 2017 vêm me acolhendo como aluna, com muita paciência e carinho, como uma pessoa que veio do mercado que sou. Definitivamente aprendi tudo que sei sobre pesquisa acadêmica neste curso.

Aos amigos da Unigranrio, em especial, Flora Thamiris, Vanessa Lacerda, André Luís Duarte, Antônio Patrocínio, Diego Oliveira, Ely Severiano, Francisco Lorentz, Maxwell de Azevedo Ferreira, Leonardo Bezerra e Luciana Marson.

A todos os especialistas que me concederam as entrevistas para a realização da pesquisa qualitativa, além de todas as pessoas que tiraram um tempo para compartilhar suas histórias de luta e resistência, em especial, as mulheres empreendedoras 50+ que são uma inspiração na minha vida e me ajudaram a aprofundar a análise desse estudo.

Aos professores membros da banca por aceitarem o convite de participarem como membros julgadores desse dia tão esperado, o da defesa de minha tese.

Por fim, agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento dado a esta pesquisa e à FAPERJ, minha nova “casa”, no qual espero ter oportunidades de num futuro próximo tangibilizar essa pesquisa e torná-la útil para sociedade.

Há homens que lutam um dia, e são bons; Há outros que lutam um ano, e são melhores; Há aqueles que lutam muitos anos, e são muito bons; Porém, há os que lutam por toda a vida. Estes são os imprescindíveis.

Bertold Brecht

RESUMO

O crescimento demográfico da população 50+ no mundo, e principalmente no Brasil, torna-se um fenômeno eminente para estudos e implementação de novas políticas públicas, visando uma sustentabilidade das sociedades. Nesta nova configuração demográfica, o empreendedorismo surge como uma alternativa à precarização do mercado de trabalho brasileiro que impele os indivíduos para o autoemprego. Portanto, torna-se necessário entender quais são os mecanismos de apoio e capacitação, assim como as perspectivas desses sujeitos. O objetivo desse estudo foi identificar os principais órgãos de apoio ao empreendedor 50+ na região da Baixada Fluminense e entender as perspectivas desses sujeitos sobre oportunidades e desafios encontrados no mercado. O método escolhido é de caráter qualitativo, descritivo e exploratório, com roteiro semiestruturado, no qual foram entrevistados 15 empreendedores 50+ da região da Baixada Fluminense, assim como 3 representantes dos principais programas da região: Representação Regional da FIRJAN-RJ na Baixada I, Representação Regional do SEBRAE-RJ na Baixada I e II e representante da Coordenação de Comunidade do SEBRAE-RJ. Os resultados apontam para a necessidade de formulação de políticas públicas focadas nos empreendedores 50+ e sinalizam que os órgãos oficiais não estão devidamente preparados para atender aos anseios e necessidades de tais indivíduos. Conclui-se que são necessários esforços público/privado inclusivos, visando um olhar mais interseccional deste fenômeno, para capacitação e preparação desses sujeitos ao ambiente empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo 50+, Programas de apoio ao empreendedor 50+, Inclusão, Interseccionalidade, Baixada Fluminense.

ABSTRACT

The demographic growth of the 50+ population in the world, and especially in Brazil, becomes an eminent phenomenon for studies and implementation of new public policies, aiming at the sustainability of societies. In this new demographic configuration, entrepreneurship emerges as an alternative to the precariousness of the Brazilian labor market that drives individuals towards self-employment. Therefore, it is necessary to understand what the support and training mechanisms are, as well as the perspectives of these subjects. The objective of this study was to identify the main support bodies for entrepreneurs 50+ in the Baixada Fluminense region and understand their perspectives on the opportunities and challenges found in the market. The chosen method is of a qualitative, descriptive and exploratory nature, with a semi-structured script, in which 15 entrepreneurs aged 50+ from the Baixada Fluminense region were interviewed, as well as 3 representatives of the main programs in the region: Regional Representation of FIRJAN-RJ in Baixada I, Regional Representation of SEBRAE-RJ in Baixada I and II and representative of the SEBRAE-RJ Community Coordination. The data collected generated the emerging categories of the study. The results point to the need to formulate public policies focused on entrepreneurs 50+ and signal that official bodies are not properly prepared to meet the desires and needs of such individuals. And it is concluded that inclusive public/private efforts are necessary, aiming at a more intersectional look at this phenomenon, to train and prepare these subjects for the entrepreneurial environment.

Keywords: Entrepreneurship 50+, Support programs for entrepreneurs 50+, Inclusion, Intersectionality, Baixada Fluminense.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABSTARTUPS	Associação Brasileira de Startups
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CGU	Controladoria Geral da União
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
COVID-19	Coronavírus 19
FAPERJ	Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ID_BR	Instituto Identidade do Brasil
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada
MEI	Microempreendedor individual
MCTI	Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações
MIT	Massachusetts Institute of Technology – Instituto de Tecnologia de Massachusetts
NBER	National Bureau of Economic Research Piere Azoulay
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMS	Organização Mundial da Saúde
PMEs	Pequenas e Médias Empresas
PNADC	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
PNI	Política Nacional do Idoso
PIB	Produto Interno Bruto
RME	Rede Mulher Empreendedora
FINEP	Financiadora Nacional de Estudos e Projetos
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Motivos Indutores do Empreendedorismo.....	35
Tabela 2- Perfil dos sujeitos entrevistados.....	65
Tabela 3- Categorias de análise <i>à priori</i>	68
Tabela 4- Categorias de análise emergentes.....	71
Tabela 5- Perfil dos sujeitos representantes dos programas de apoio entrevistados.....	75

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Quais as maiores dificuldades do dia a dia (empreendedores formais	39
Gráfico 2- As taxas do nº de empreendedores por faixa etária e estágios do negócio no Brasil em 2017.....	41
Gráfico 3- Idade dos Proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1 do Programa Centelha RJ..	42
Gráfico 4- Distribuição do valor adicionado bruto por setor de atividade econômica a preços correntes: Estado do Rio de Janeiro, Baixada Fluminense e municípios 2013.....	46
Gráfico 5- Principais Países com População acima dos 50 anos – 2015/2018.....	50
Gráfico 6- Projeção populacional por idade e sexo para o Brasil até 2100.....	51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- A Idade dos Fundadores das <i>Startups</i>	31
Figura 2- Gênero dos proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1.....	43
Figura 3- Raça/Cor dos proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1.....	44
Figura 4- Caminho metodológico da pesquisa.....	63

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	17
1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA	17
1.2. OBJETIVOS	21
1.3. DELIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	22
1.4. RELEVÂNCIA DO TRABALHO.....	25
1.5. ORGANIZAÇÃO GERAL DO TRABALHO.....	26
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	28
2.1. A EMERGÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO: CONCEITOS E A FORMAÇÃO DE NOVAS SUBJETIVIDADES.	28
2.2. MOTIVAÇÕES E INTENÇÕES EMPREENDEDORAS.....	32
2.3. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL E RIO DE JANEIRO	36
2.4. CENÁRIO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA BAIXADA FLUMINENSE E MECANISMOS DE APOIO	44
2.5. EMPREENDEDORISMO 50+: UM NOVO CAMPO DO CONHECIMENTO	48
2.6. INTERSECCIONALIDADE NO EMPREENDEDORISMO 50+.....	56
3. METODOLOGIA E ESTRATÉGIA DE PESQUISA	61
3.1. DELIMITAÇÃO DOS SUJEITOS	63
3.2. SELEÇÃO DOS SUJEITOS	63
3.3. PRODUÇÃO DO CORPUS DE PESQUISA	66
3.4. CATEGORIAS DE ANÁLISE À <i>PRIORI</i>	67
3.5. CATEGORIAS EMERGENTES.....	69
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	73
4.1. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM REPRESENTANTES DAS INSTITUIÇÕES	73
4.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES 50+	85
5. DISCUSSÕES E CONTRIBUIÇÕES	113
5.1. IMPLICAÇÕES TEÓRICAS.....	120

5.2. IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS E PRÁTICAS.....	121
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	129
8. APÊNDICE.....	141
8.1. ROTEIRO PILOTO DE ENTREVISTAS – EMPREENDEDORES.....	141
8.2. ROTEIRO PILOTO DE ENTREVISTAS – GESTORES DOS PROGRAMAS.....	143
8.3. TERMO DE CONSENTIMENTO DAS ENTREVISTAS.....	144

PRÓLOGO

Essa história do interesse pelos empreendedores 50+ e pautas de apoio começa em 2006, na Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN-RJ), dentro da estrutura do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-RJ), responsável pelas ações de integração Universidade-Indústria. Na época, não se falava de Empreendedorismo e *Startups* no Brasil como hoje, muito menos de Empreendedorismo Inovador. As pesquisas acadêmicas eram quase incipientes no País e eram poucas as ações efetivas de levar as empresas, consultores, investidores para dentro das Universidades.

Neste momento, vislumbrei uma oportunidade de se criarem projetos institucionais que contemplassem os entes da Quádrupla Hélice (universidade, empresa, governo e sociedade), com a finalidade de a longo prazo impactar o ecossistema local e contribuir com o desenvolvimento de novos negócios mais sustentáveis. Desta forma, começamos a desenvolver ações que fomentavam a cultura empreendedora nas Universidades, nas incubadoras de empresas e para jovens empresários, conectando todo ecossistema. Dentre as ações implementadas estão: Semana IEL-RJ nas Universidades (ciclo de palestras de empresas inovadoras dentro das Universidades do Estado do Rio), Capacitação IEL-RJ para Empresas Juniores, Seminário Anual IEL de Empreendedorismo (durante a Semana Global de Empreendedorismo, que sempre ocorre em Novembro), Curso Meu Futuro Negócio (pré-aceleração de negócios dentro das Universidades PUC-RJ e UFRJ-RJ) e Desafio na Real / Escolas SESI (evento *meet up* de sensibilização ao empreendedorismo inovador dentro das Escolas SESI do Rio de Janeiro).

Nesta trajetória conheci muitos tipos de empreendedores: os universitários, jovens doutores, periféricos, os digitais e, finalmente, àqueles com idade mais avançada, os empreendedores 50+. Era um grupo que me chamava à atenção, em especial, pois crescia a cada evento que fazíamos, eram extremamente interessados nos conteúdos, nas palestras, mas ao mesmo tempo demonstravam ser muito despreparados, defasados com os conceitos atuais e desinformados sobre mecanismos de apoio. Percebi que esta seria uma pauta importante no presente para que as instituições refletissem sobre o futuro do ecossistema e desses sujeitos: o desemprego e o mercado de trabalho “empurrando” esses novos empreendedores para um ambiente não pensado para estes.

A partir de então, decidi me dedicar à Academia. Em 2017, comecei meu Mestrado Acadêmico em Administração no PPGA da UNIGRANRIO, sob orientação da Profa. Deborah Zouain, no qual me debrucei a pesquisar e entender melhor quais eram os mecanismos de apoio para os empreendedores 50+ disponíveis no município do Rio de Janeiro e suas pautas de apoio. Deste mergulho no campo surgiu a dissertação “Empreendedorismo na terceira idade: um estudo exploratório sobre os programas de apoio e capacitação no município do Rio de Janeiro”, defendido em 2019.

Os resultados desse estudo confirmaram o que eu constatava acontecendo no meu dia a dia de trabalho: as instituições (FIRJAN-RJ, SEBRAE-RJ e Founders Institute) não trabalham com metodologias direcionadas a “persona” desses sujeitos, o que limita o entendimento daqueles que precisam de capacitação mais inclusiva, ao mesmo tempo, que esses empreendedores 50+ desconhecem esses mecanismos, e em alguns casos, não reconhecem os programas de apoio como efetivamente um melhor caminho para estruturação e crescimento dos seus negócios.

Em 2020, quando iniciei no doutorado da UNIGRANRIO, decidi continuar com meu objeto de estudo e dar continuidade a essa pesquisa para entender novos cenários e perspectivas desses sujeitos. Por conta da proximidade do PPGA em Administração com a Baixada Fluminense, por estar localizado no município de Duque de Caxias, e por se tratar de uma região importante para o PIB e a economia do Estado com uma alta concentração de micro e pequenos negócios, destinei minha nova jornada a pesquisar sobre os mecanismos de apoio na região da Baixada I e II, além de ouvir esses empreendedores 50+ periféricos. Não foi uma surpresa me deparar com poucas iniciativas públicas e privadas, e novamente chegar as entidades oficiais que são o SEBRAE-RJ e a FIRJAN, através de suas representações regionais. Somente esses organismos possuíam histórico comprovado e ações ativas e contínuas de estímulo a micro, pequenas, médias empresas que justificassem um olhar mais apurado a respeito do objeto dessa pesquisa.

A riqueza de dados que emergiram em campo vem das questões interseccionais, que até então não haviam sido abordadas, e que torna este um dos principais achados dessa pesquisa, além de trazer o fator de ineditismo, já que não foram encontrados outros estudos que contemplem todos esses marcadores interseccionais.

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

O mundo está cada vez mais complexo, ambíguo, incerto. Enquanto a velocidade de mundo está cada vez mais acelerado, as pessoas vivenciam um movimento inverso, envelhecendo mais devagar, tendo mais qualidade de vida por conta das novas tecnologias e querendo continuar ativos em uma sociedade distópica. Para o bem ou para o mal, esse fenômeno culmina para que as pessoas permaneçam mais tempo no mercado de trabalho (KENNY, ROSSITER, 2018; GARCIA-LORENZO ET AL., 2020).

A questão central é que esse progressivo envelhecimento da população mundial mostra-se como um dos maiores desafios do século 21. Dados oficiais e suas respectivas análises sobre o futuro demográfico, tanto no Brasil como no mundo, demonstram tratar-se de um fenômeno importante, e que se faz necessárias ações específicas no âmbito da terceira idade (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023).

Segundo Kageyama & Hoffmann (2006) e Dornelas Camara & Misoczky (2019), essa nova configuração traz demandas e questionamentos sobre o futuro do Brasil, que possui inúmeros problemas primários, como acesso à educação, trabalho, igualdade social e saúde. A vida destes sujeitos, como força de trabalho, implica em um debate não apenas sobre questões de oportunidades, mas também sobre necessidades primárias e sobrevivência (RIBEIRO, 2015).

O empreendedorismo, na forma de discurso hegemônico e ideológico de um novo espírito capitalista (COSTA; SILVA SARAIVA, 2012; BALOG; CELANO; ZOUAIN, 2021), é considerado como uma nova alternativa, o que também concerne aos indivíduos na faixa da terceira idade, que reflete-se na necessidade de ampliarem a renda e também de se tornarem independentes (VALE, 2015). O empreendedorismo é também uma alternativa à precarização do mercado de trabalho brasileiro que impele os indivíduos para o autoemprego (KENNY, ROSSITER, 2018).

Portanto, o estímulo a criação de novos negócios mostra-se como um elemento extremamente favorável como propõe o portal de desenvolvimento do Governo Federal, que faz menção às pesquisas do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017/2020) que revelam que a

busca pelo empreendedorismo no País é o índice mais alto dentre as vinte maiores economias do mundo (G20).

Vale lembrar que as MPE's no Brasil equivalem a 27% do PIB nacional (Produto Interno Bruto), o que corresponde a maioria das empresas no país. Portanto, essas empresas empregam uma parcela considerável da população economicamente ativa, são 52% de empresas que contratam com carteira assinada, sendo identificada como “colchão de amortecimento de crises econômicas e elemento de flexibilização do capital e trabalho” (LASTRES ET AL., 2003, pg. 23).

Ao abordar a temática de indivíduos com 50+, além de ser um segmento em crescimento, há o fenômeno eminente do desemprego por exclusão que leva esses sujeitos ao empreendedorismo por necessidade, segundo Figueiredo e Paiva (2018), sem nenhum apoio motivacional para a criação do próprio negócio. Além disso, os empreendedores ainda enfatizam em pesquisas, que enfrentam a insatisfação com os seus salários e com os seus fundos de aposentadoria (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; L. MARTIN, OMRANI, 2019).

O fato é que os empreendedores 50+ encontram-se presos numa trama complexa com diferentes demandas e necessidades específicas e interseccionais e que precisam assumir riscos e sofrem com a exclusão social e a perda de emprego formal num contexto de crescente incerteza econômica, principalmente frente à realidade brasileira. Portanto, trata-se de um fenômeno envolto a diferentes marcadores interseccionais e que, portanto, torna-se subjetivo em sua análise, pois as diferentes experiências constroem individualidades únicas (TEIXEIRA, 2021; COLLINS E BILGE, 2021; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023).

Segundo Garcia-Lorenzo et al. (2020), o conceito de empreendedorismo 50+, é o processo pelo qual passam os indivíduos 50 anos ou os mais velhos que têm como intenção iniciar um negócio ou trabalhar por conta própria e que poderão ou não contratar funcionários (MARITZ, 2015; OECD, 2019). O empreendedorismo 50+ é considerado como parte integrante do empreendedorismo minoritário e inclusivo, uma vez que os mais velhos muitas vezes são excluídos e desvalorizados na sociedade, principalmente devido ao etarismo e declínio da saúde física e cognitiva (KENNY & ROSSITER, 2018; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). No entanto, a vasta experiência empresarial anterior, confiabilidade e disciplina contribuem para

superar esses desafios e atingir resultados individuais e sociais positivos (FIGUEIREDO E PAIVA, 2018; CURRAN E BLACKBURN, 2001; KENNY E ROSSITER, 2018).

Aliado a esse conceito do empreendedorismo minoritário e interseccional, enxerga-se o crescimento acelerado nos últimos anos da população de mulheres empreendedoras, muito por conta do período pandêmico (IBGE, 2019; ERVATTI; BORGES; JARDIM, 2015). São 24 milhões de mulheres empreendendo em território nacional, sendo mais de 2/3 trabalhando informalmente, o que constitui a sétima maior proporção de mulheres entre empreendedoras iniciais no mundo (IBGE 2019). Em termos gerais, o público feminino é também mais expressivo do que o masculino, quando o assunto é a abertura de novos empreendimentos, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2017). E a pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) mostrou que 7 milhões de mulheres no Brasil abandonaram o mercado de trabalho na última quinzena de março, quando se iniciou a quarentena no País (IBGE, 2020).

A realidade é que a eclosão da pandemia da COVID-19, testou a resiliência empreendedora e liderança dessas mulheres para lidar com restrições financeiras, sofrimento emocional e deveres de cuidados domiciliares (Anggadwita et al., 2021). Esse fenômeno ressaltou o papel bastante “invisível” e as dimensões interseccionais, pois esses sujeitos precisam desempenhar todos os diferentes papéis que as rodeiam: o de mãe, esposa e empresária (ID_BR, 2020; NASSIF, ARMANDO & LA FALCE, 2020; RME, 2020; BALOG, ZOUAIN, 2022).

No caso das mulheres pretas, elas representam 28% da população brasileira, o que corresponde a 60 milhões de pessoas (IBGE, 2018), e 60% dessas mulheres possuem ensino superior (ID_BR, 2020). Entretanto, elas estão na base da pirâmide social, quando abordamos o efeito sistêmico do racismo (ID_BR, 2020). De acordo com o estudo do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (2018), este público apresenta uma taxa de vulnerabilidade de 50% a mais que a de mulheres brancas.

Sendo assim, existe uma necessidade eminente de estimular a criação de novas políticas públicas nacionais e locais, em relação ao empreendedorismo 50+ e de gênero que futuramente demandarão profundas mudanças nas estruturas dos órgãos oficiais competentes além dos organismos privados (IBGE, 2015; ERVATTI; BORGES; JARDIM, 2015).

Ao mesmo tempo que a prática empreendedora cresce no País, em relação aos mecanismos de apoio, uma pesquisa mostrou que os empreendedores brasileiros que buscaram mais ajuda para desenvolvimento de seus negócios, de órgãos públicos ou privados em 2017, foram os da faixa entre 25 e 34 anos representando 31,9%. A taxa específica de empreendedorismo inicial relativa à 55 a 64 anos foi 13,2%, significativamente inferior que a demais faixas etárias (*Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, 2017; 2022). O que pode significar que: (1) o empreendedor 50+ não busca capacitação nos órgãos oficiais ou programas privados de apoio e/ou (2) a oferta de capacitação direcionada a esse público ainda é insuficiente.

O empreendedor 50+ periférico e por necessidade enfrenta uma realidade ainda mais desafiadora, pois, muitas vezes, não foram capacitados com os conhecimentos necessários para atuar a frente de um empreendimento autônomo. Para isso, a educação para o empreendedorismo, torna-se elemento essencial nesse processo (KENNY, ROSSITER, 2018).

Por educação empreendedora para o empreendedor 50+, entende-se como o acultramento nos aspectos relativos ao reconhecimento de oportunidades, organizar os recursos disponíveis, controlar seus cursos e pensar de forma criativa (IREMI, JONES e IREDALE, 2014; LACKÉUS, 2015).

Os números do Rio de Janeiro corroboram as estatísticas nacionais. O relatório Rio de Janeiro Empreendedor (2014), mostra que os empreendedores fluminenses assumem o mesmo comportamento referente ao relacionamento com o ecossistema de suporte empreendedor, com uma parcela significativa que não procura ajuda ou capacitação das instituições, apenas 43% dos empreendedores (ENDEAVOR, 2014). É importante ressaltar que este cenário engloba todas as regiões que compõem o Estado Rio de Janeiro, subdividido por 12 regiões estratégicas que possuem particularidades únicas e diferentes potencialidades. E a Baixada Fluminense, foco desse estudo, tem uma parcela significativa nos números de indústrias e empreendimentos, especialmente a região de Duque de Caxias, município com a terceira maior arrecadação do Estado Rio de Janeiro (SEBRAE, 2016).

Diante deste quadro, emerge a questão problema da tese: **os programas de apoio e capacitação em atividade, hoje, nos municípios da Baixada Fluminense I e II, atendem as principais demandas do empreendedor 50+?**

O objetivo dessa tese é identificar os principais órgãos de apoio ao empreendedor 50+ na região da Baixada Fluminense e entender as perspectivas desses sujeitos sobre oportunidades e desafios encontrados no mercado. Portanto, o intuito da pesquisa qualitativa, com entrevistas em profundidade, foi de entender e analisar as perspectivas e necessidades desses empreendedores. Desta forma, espera-se que os resultados do estudo, possibilitem a construção de uma nova lente teórica e dê subsídios para mudanças metodológicas por parte dos programas de apoio no futuro, sendo assim a entrega prática desta tese à sociedade.

No campo teórico, esse estudo teve a intenção de desenvolver, através da lente teórica escolhida e dos dados coletados no campo, uma nova linha metodológica, de capacitação empreendedora exclusivamente para empreendedores 50+ com um olhar interseccional (COLLINS, BILGE, 2021).

Para tal, se faz necessário relacionar tanto os fatores específicos relativos a esta faixa etária, no contexto brasileiro e regional, quanto as questões relativas ao mercado de trabalho, ou mais especificamente no que tange a essa pesquisa, ao campo do empreendedorismo periférico, como o aprofundamento de temas referentes à compreensão dos fatores individuais (comportamento e pensamentos dos indivíduos), sociais (fatores ambientais) que influenciam esses processos (BARON, SHANE, 2007; SHANE, VENKATARAMAN, 2000) e interseccionais (SUBRAMANI, 2020; COLLINS, BILGE, 2021), relativos à gênero e raça (mulheres empreendedoras 50+ pretas e periféricas).

O que esse estudo pretende analisar é se esses empreendimentos locais efetivamente dispõem de apoio de programas que contemplem as necessidades desses sujeitos. Além disso, entender como esses empreendedores buscam apoio hoje para se capacitar, fazer networking, buscar parcerias estratégicas e investimento na região.

1.2 OBJETIVOS

O objetivo principal desse estudo foi identificar os principais órgãos de apoio ao empreendedor 50+ na região da Baixada Fluminense e entender as percepções desse empreendedor 50+, com uma lente interseccional, quanto aos mecanismos de apoio presentes na região da Baixada Fluminense, com ênfase na região de Duque de Caxias. Também, se fez necessário, ouvir os

representantes dos programas de apoio presentes e apreender suas pautas de fomento ao empreendedorismo e verificar se realmente são inclusivas e atendem ao público em foco.

Desta forma, tivemos como objetivos específicos: (1) identificar quais são os programas de apoio e fomento ao empreendedorismo na Baixada Fluminense (Representação Regional da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN e Regionais do SEBRAE, Baixada I e II) e (2) identificar quais são os tipos de apoio ao empreendedor 50+ local. Espera-se que os resultados possam ajudar no entendimento e melhor definição dos desafios dos empreendedores 50+ a fim de subsidiar a construção de uma pauta de melhorias inclusivas e de políticas públicas.

Este objetivo foi alcançado através de um levantamento exploratório e descritivo, utilizando uma abordagem qualitativa, realizado juntamente a empreendedores 50+ da região da Baixada, devidamente selecionados que se encaixam no perfil descrito da pesquisa.

Ademais é intenção desse estudo, também, encontrar as respostas necessárias diretamente dos órgãos competentes, assim como em seus acervos bibliográficos, em seus sites e bancos de dados com acesso público e através de algumas entrevistas semiestruturadas com gestores que ocupem cargos relativos ao tema nas instituições pesquisadas.

1.3 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo parte de uma perspectiva de limitação teórica importante, já que a temática é emergente e poucos são os estudos que abordam esse objeto de pesquisa, o empreendedor 50+, pois somente nos últimos 5 anos, identificou-se pesquisas nessa linha, com mais ênfase em periódicos internacionais. A abordagem das poucas pesquisas existentes elucidam questões sobre as características, cognições e motivações empreendedoras dos 50+ que os ajudam a criar novos negócios (ZHANG, SOROKINA, 2022; SOTO-SIMEONE, KAUTONEN, 2021) e estratégias de enfrentamento (GRAY, SMITH, 2020; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023).

Outro ponto que precisa ser salientado são as divergências encontradas nos estudos em relação a própria definição do conceito “empreendedorismo 50+” ou “empreendedorismo sênior” que conta com uma diversidade de versões e pela falta de dados relacionados à idade sobre diferentes categorias empreendedoras (HARMS, LUCK, KRAUS, WALSH, 2014; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). Na revisão de literatura verificou-se o

conceito sendo cunhado como “empreendedorismo sênior” (SOTO-SIMEONE, KAUTONEN, 2021; STYPIŃSKA, FRANKE, MYRCZIK, 2019), empreendedorismo “mais velho” ou de terceira idade (BRIEGER, BÄRO, CRIACO, TERJESEN, 2021) ou “empreendedorismo cinza” (HARMS, LUCK, KRAUS, WALSH, 2014; STIRZAKER, GALLOWAY, POTTER, 2019). Para esta tese, definiu-se seguir com “empreendedorismo 50+” pela maior quantidade de estudos recentes conduzidos usando essa terminologia.

No Brasil, o empreendedorismo 50+ é ainda mais emergente, pois trata-se de um campo do conhecimento que está iniciando este debate e, portanto, em plena formação (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). Com isso, existe a necessidade de amplificar esse debate público para que os agentes privados e governamentais pensem em novas pautas ou repensem suas estratégias de ação.

No que diz respeito a limitações metodológicas e de seleção em campo, esse estudo foi a campo justamente durante a pandemia da Covid-19, e todas as entrevistas ocorreram no período entre 2021 a 2023. Como esses sujeitos estão compreendidos como o principal grupo de risco para a doença, as entrevistas quase em sua totalidade foram realizadas à distância, através de ferramenta tecnológica. Foi um desafio levar a cabo uma pesquisa qualitativa em profundidade, como também fazer a seleção desses sujeitos, pois trata-se de um perfil específico. Desta forma, a estratégia para abordar esses sujeitos foi indicação de empreendedores locais por parte da própria Universidade, assim como indicação dos próprios empreendedores entrevistados sugerindo seus contatos (“bola de neve”) que se encaixassem com o perfil do estudo. Embora a coleta de dados tenha sido conduzida sob contexto pandêmico, os participantes contribuíram com disposição, em especial as mulheres empreendedoras 50+.

A escolha do estado do Rio de Janeiro se justifica por uma série de motivos. O primeiro deles se deve pelo fato que, de acordo com o IBGE, o Rio de Janeiro é o segundo estado mais populoso do Brasil, com cerca de 16,6 milhões de habitantes. Na frente no *ranking* aparece São Paulo, como a cidade mais populosa, com mais empresas e o maior Produto Interno Bruto (PIB) do País, sendo responsável por cerca de 5% de toda a produção nacional (IBGE, 2011). Além disso, de acordo com o *Start Up* Brasil (2017), Programa Nacional de Aceleração de *Startups*, que é uma iniciativa do governo federal, criado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), o Estado do Rio de Janeiro é o segundo estado com maior número de aceleradoras.

Recentemente, o relatório “Painel Economia da Inovação nas Universidades Federais”, do CGU – Controladoria Geral da União (CGU, 2019), publicou extenso conjunto de dados com o objetivo de contribuir para aumentar a capacidade de análise e compreensão do ecossistema de inovação brasileiro auxiliando na construção e aprimoramento das políticas públicas de Ciência, Tecnologia e Inovação. Em relação à recursos externos captados em projetos de pesquisa e prestação de serviços nas Universidade Federais, a Univesidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ e a UFF, Universidade Federal Fluminense, aparecem respectivamente em 2º e 9º lugar no ranking nacional, e em relação ao número de patentes registradas, a UFF e a UFRJ, aparecem respectivamente em 2º e 3º lugares no universo nacional, o que mostra a importância do ecossistema carioca das Universidades na geração de inovação e negócios de base tecnológica.

O Ranking nacional “100 Open Startups 2023”, que reconhece as *startups* e corporações líderes em inovação aberta no país, premiou as *startups* cariocas, Fu2re (2º lugar entre as TOP 10 em Inteligência Artificial), a Squair (9º lugar dentre as TOP 10 EnergyTech 2023) e as corporações, Energisa e Neoenergia (em 2º e 3º lugar respectivamente TOP 10 de Energia Elétrica e Renovável 2023) também enfatizando que o Rio de Janeiro é um importante celeiro de *startups* promissoras (PICNEWS, 2023). E, ainda segundo o ranking “Global Startup Ecosystem Report 2023”, o Rio foi considerado o principal "ecossistema emergente" para *startups* da América Latina. A cidade aparece à frente de cidades como Curitiba, Belo Horizonte, Monterrey (México) e Porto Alegre. Para a publicação, "ecossistemas emergentes" são regiões em estágio inicial de desenvolvimento do ambiente de inovação e investimento associado a *startups* (STARTUP GENOME, 2023; GIMENEZ, STEFENON, JÚNIOR, 2022; COHEN, 2006).

A escolha da Baixada Fluminense se justifica por alguns motivos. A Baixada Fluminense é dividida por Baixada I (composto pelos municípios de Itaguaí, Japeri, Mangaratiba, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados e Seropédica) e II (composto pelos municípios de Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Magé, São João de Meriti e Teresópolis) e responde por cerca de 11% do PIB do ERJ. Duque de Caxias apresenta o maior PIB da região (mais de R\$ 25 bilhões), ou seja, cerca de 70% do PIB da Baixada II. A região possui um enorme potencial no campo de micro e pequenas empresas na área de comércio e serviços. O segmento da Construção Civil se destaca com a maior proporção de empresas em relação ao ERJ – mais de um quinto (22%) dos estabelecimentos de construção civil do Estado estão na Baixada (SEBRAE, 2016).

Em especial, Duque de Caxias é o município com maior receita da região e ocupa a 3ª colocação no Estado. Isso mostra o enorme potencial de investimentos e crescimento de micro e pequenas empresas na região, corroborando assim com o desenvolvimento econômico do Estado (SEBRAE, 2016).

Mediante esse panorama, e importância dessa região, com grandes desafios em relação à desigualdade e ao crescimento da taxa de atividade, que se evidencia a importância do empreendedorismo e, especialmente, das empresas de alto impacto.

1.4. RELEVÂNCIA DO TRABALHO

O que esse estudo pretende confirmar é se essas instituições efetivamente possuem programas que contemplem essa faixa etária e como os empreendedores 50+ buscam apoio hoje para se capacitar, fazer networking, buscar parcerias estratégicas e investimento.

A principal relevância do estudo é mostrar que o empreendedorismo é um caminho viável para esse público. São profissionais experientes no conhecimento, na vida e possuem vitalidade para se reinventar e iniciar uma nova atividade empreendedora, criando para a economia a possibilidade de crescimento no país, bem como de alternativas de soluções possíveis com relação aos problemas previdenciários vividos atualmente.

Espera-se que com os resultados obtidos, seja possível construir uma inédita metodologia de apoio mais inclusiva, que leve em consideração todas as potencialidades e limitações desses sujeitos 50+. Além disso, tangibilizar essa ferramenta para que seja incorporada no mercado, de forma analógica e/ou digital, possibilitando de forma mais assertiva as necessidades desse empreendedor, gerando resultados e otimizando o crescimento desses negócios.

Associado a esses argumentos, é importante ressaltar que, conforme verificou-se através desse estudo, no Brasil, há uma carência de estudos sobre o empreendedorismo 50+ e, este fato pode não ter sinalizado para a sociedade o tamanho da importância para o estímulo a políticas públicas e privadas que incentivem o desenvolvimento e crescimento sustentável do empreendedorismo entre o público 50+.

Apesar das barreiras e desafios nesse ecossistema serem múltiplos e abarcarem todos os empreendedores, independente da idade, setor e localização geográfica, identificou-se neste estudo que o empreendedor 50+ possui características únicas, habilidades, experiências ao longo da vida e que também dispõem de recursos financeiros para investir nos seus negócios. Portanto, esta pesquisa, poderá propiciar a ampliação dessa pauta de incentivos de mais estudos acadêmicos, da criação de metodologias e de diminuição da burocracia e estímulos econômicos. As consequências dessas ações poderão transformar esta atual conjuntura e apontar para a necessidade de abrir uma agenda de discussão permanente a fim de subsidiar esses sujeitos com as ferramentas e mecanismos necessários para prosperarem nas suas áreas de atuação.

1.5. ORGANIZAÇÃO GERAL DO TRABALHO

O trabalho começa introduzindo o tema, contextualizando o fenômeno que consiste no envelhecimento da população mundial e no Brasil e as consequências que discorrem; apresentação de estatísticas e dados oficiais que apresentam o fenômeno; os objetivos desse estudo; delimitações e relevância do trabalho.

A fundamentação teórica para esta tese foi estruturada em cinco partes. Primeiro abordando o tema do empreendedorismo, seus conceitos e a formação das novas subjetividades; depois delimitando o sujeito de pesquisa, neste caso, o empreendedor 50+ (indivíduo com mais de 50 anos) e contextualizando-o no cenário atual; abordar o tema da motivação e intenção empreendedora e as definições de oportunidade e necessidade; sinalizar o desenvolvimento das micro e pequenas empresas no Brasil e no Rio de Janeiro; apresentar o cenário das micro e pequenas empresas em zona periférica da Baixada Fluminense do Rio de Janeiro e os mecanismos de apoio e, por último, abordar as questões ligadas a interseccionalidade desse empreendedor 50+ que emergiram no campo.

Após apresentação do referencial teórico, será descrita a metodologia escolhida, assim como serão analisados os dados advindos das entrevistas semiestruturadas, tanto do empreendedor 50+ como do representante do programa local. Em seguida, serão apresentados os programas localizados na Baixada Fluminense que estão em foco nesse estudo: SEBRAE-RJ e FIRJAN e suas pautas de apoio ao empreendedor.

Em seguida, são apresentadas as categorias de análise *à priori* e emergente e a análise de resultados das entrevistas com os 15 empreendedores 50+ da região da Baixada I e II, com ênfase em Duque de Caxias, e os 3 representantes locais de programas de apoio da Representação Regional da FIRJAN em Duque de Caxias e SEBRAE. Ao final, são apresentadas as considerações finais do estudo, em relação às implicações teóricas e práticas, limitações e recomendações para estudos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desta tese está estruturado em seis partes. Após a introdução, quando apresenta-se o conceito de empreendedorismo na perspectiva econômica e o contexto histórico de reprodução do discurso do empreendedor normatizado e a formação de novas subjetividades, segue-se abordando a temática de motivações e intenções empreendedoras e como elas surgem em um contexto mais amplo. Em seguida, apresenta-se um retrato das micro e pequenas empresas no Brasil e no Rio de Janeiro, seguido de uma abordagem do cenário dessas empresas em relação às necessidades atuais e mecanismos de apoio locais, onde se apresentam os órgãos em análise desse estudo. E ao final do referencial, se faz necessário introduzir o conceito do empreendedorismo 50+, objeto desta pesquisa, e novo campo de conhecimento, além de abordar os aspectos interseccionais inerentes ao próprio conceito e a construção da subjetividade desses sujeitos e que emergiram em campo e delinearão essa pesquisa e que, portanto, se tornam essenciais para lente de análise.

2.1 A EMERGÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO: CONCEITOS E A FORMAÇÃO DE NOVAS SUBJETIVIDADES

Schumpeter (1985) defende que empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor ou atividade. O empreendedor, portanto, é aquele agente responsável por um novo ciclo de crescimento. Esse novo ciclo pode promover uma ruptura substancial no mercado, tal como descrito pela teoria econômica neoclássica. Desta forma, a inovação é causadora de mudanças e adaptações no *status quo* da economia e responsável pelo advento de novos ciclos.

Essa primeira corrente positivista vem enfatizando a contribuição do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico através de estudos econométricos quantitativos nos quais o empreendedor é uma variável agregada. Nesses tipos de estudos, o empreendedorismo é medido normalmente pela criação de novas empresas e o objetivo é avaliar o seu impacto na sociedade e suas eventuais consequências na economia, como a geração de empregos (CASTANHAR, DIAS, ESPERANÇA, 2008).

Desta forma, ao se considerar o empreendedorismo como um ramo de negócios que possui raízes na economia, nas ciências do comportamento e na sociologia (BARON, SHANE, 2007) se abre caminho para compreender que, corporativamente, o empreendedorismo é contextualizado como um meio de se penetrar no mercado global competitivo, fundamentado no desenvolvimento de uma cultura empreendedora para os indivíduos. Desta forma, o discurso de uma organização é então redefinido dando ênfase na inovação e na identificação de oportunidades (ECKHARDT, SHANE, 2003; SHANE, VENKATARAMAN, 2007).

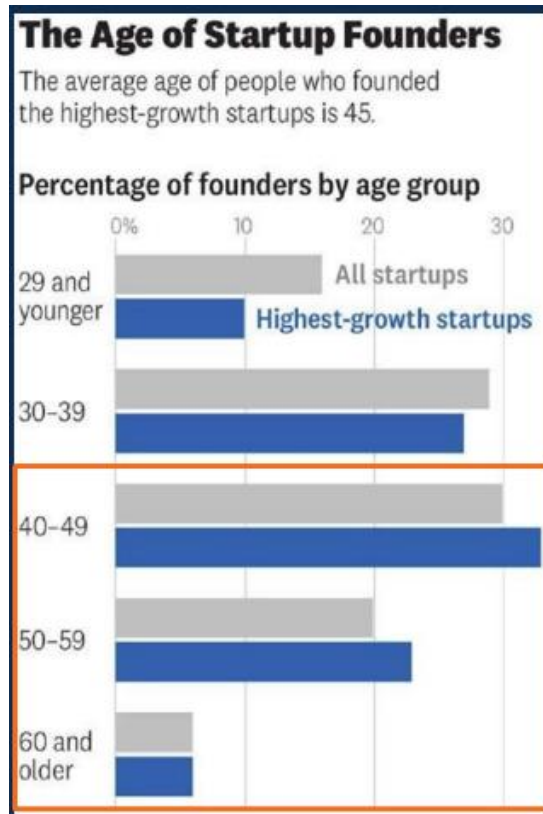
Segundo Andrade, Lima e Borges (2014), o empreendedor é um grande agente de mudanças e inovações na sociedade, promovendo essas modificações nas organizações públicas tanto quanto nas privadas, o que chamamos de “intraempreendedorismo”, ou de forma individualizada, se tornando o responsável pela introdução e gestão dessas inovações.

Um dos autores principais na atualidade que abordam o empreendedorismo nas *startups*, Ries (2012) estabelece que empresas inovadoras “são instituições projetadas para criar produtos e serviços sob condições de extremas incertezas”. Blank e Dorf (2012) defendem que empresas inovadoras não podem ser consideradas uma versão menor de grandes empresas, uma vez que são instituições complementemente diferentes entre si.

A presença de oportunidades atraentes é uma premissa básica para a própria existência do empreendedorismo. O comportamento empreendedor é função da tendência de certas pessoas de reagirem a estímulos do ambiente externo, sendo, portanto, transitório e não uma característica definitiva que diferencia umas pessoas das outras em todas as situações. Além disso, a criação de novas empresas não é uma exigência do empreendedorismo (SHANE, VENKATARAMAN, 2000).

É importante ressaltar que o número de empresas inovadoras ou *startups* no Brasil dobrou nos últimos seis anos, chegando a aproximadamente 62 mil empreendedores e seis mil empresas nascentes em todo o país, segundo dados da Associação Brasileira de Startups (ABStartups, 2018). Ainda conforme a entidade é possível que a quantidade seja ainda maior, chegando a 15 mil, já que muitos negócios ainda estão na fase de registro junto ao Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (EXAME, 2018). Em um contexto mais amplo de análise sobre maturidade de negócios entre empreendedores 50+ de *startups*, estudos recentes do MIT (2018), nos Estados Unidos, mostraram que este grupo é o mais bem sucedido em relação aos demais.

Figura 1: A Idade dos Fundadores das *Startups*



Fonte: NBER - National Bureau of Economic Research| Piere Azoulay (MIT), 2018.

Contudo, o empreendedorismo é uma questão importante no debate público global e, fundamentalmente no contexto brasileiro, sobre formas de superar a pobreza e as desigualdades da nossa sociedade. Em meio a um contexto de flexibilização do trabalho, implementação de políticas neoliberais e aumento do desemprego, a definição de empreendedorismo vem adquirindo novos usos e significados políticos (TOMMASI E CORROCHANO, 2020; FONTES, 2023).

A informalidade sempre foi um fenômeno presente nas estatísticas do mercado de trabalho brasileiro e, atualmente, representa cerca de 40% da força de trabalho ativa do Brasil (GEM, 2020). Apesar desse índice, houve uma mudança analítica progressiva em direção a maior empregabilidade e o empreendedorismo por oportunidade, que acabam direcionando a responsabilidade pela inserção econômica nos próprios trabalhadores e em suas condições individuais de inclusão no mercado de trabalho. É o ato de atribuir a esses sujeitos a própria responsabilização por sua sobrevivência, com o lema: “faça você mesmo e seja seu próprio chefe”,

em um contexto de incerteza e precariedade. O “empreendedorismo de si” são vistos como novos modos de subjetivação (LAVAL E DARDOT, 2016; GEM 2020; MACHADO DA SILVA, 2002; TOMMASI E CORROCHANO, 2020).

Algumas pesquisas empíricas recentes sobre empreendedorismo periférico, como os de Fontes (2023), Laval e Dardot (2016), Amorim et al. (2021), Amorim, Moda e Mevis (2021), Souza (2020), Faria (2020) e De Tomasi e Velazco (2018) direcionam para analisar melhor esse campo a fim de denunciar os aspectos ideológicos desses incentivos sob uma perspectiva dominante ao empreendedorismo.

Desta forma, a tese desses autores é que essa subjetividade neoliberal prevaleceria progressivamente, especialmente entre os trabalhadores urbanos pobres e periféricos, que são “empurrados” ao empreendedorismo por questões de sobrevivência no seu meio. Portanto, sob esse aspecto, se faz importante analisar esse fenômeno à luz do empreendedorismo periférico urbano, sendo essa uma opção por adesão desses sujeitos ou aceitação da “razão neoliberal” pelas classes populares urbanas (GALLWAY, 2011; FONTES, 2023; CRUZ JUNIOR, 2022).

Segundo Dardot e Laval (2013) e Fontes (2023), esses empreendedores periféricos estariam se tornando “empreendedores de si mesmos”, tentando otimizar através de cálculos racionais o retorno de um investimento realizado em seu “capital humano”. Sendo assim, o neoliberalismo, não apenas destrói, mas produz uma certa subjetividade ou uma “razão”, uma forma de existência no mundo (FONTES, 2023; FOUCAULT, 2008). Em um mercado de trabalho como o brasileiro, o desemprego, a informalidade, a alta rotatividade e os trabalhos temporários são na realidade elementos estruturantes e interseccionais das relações de trabalho e são componentes importantes na construção social dessas subjetividades (FONTES, 2023).

Em vista disso, a luta desses empreendedores periféricos consiste em um “triplo movimento” entre o Estado, o Mercado e a Sociedade. Cada uma dessas esferas atendem de formas distintas e contraditórias às demandas existentes. Esse movimento desencadeiam lutas e resistências em torno da mercantilização do trabalho, proteção social e libertação (FONTES, 2023; SANTOS, 2019; BERTH, 2019). O próximo tópico do referencial pretende explorar como esses sujeitos se introduzem no campo empreendedor, a importância da construção de crenças e valores e características ambientais que influenciam esse processo, além dos fatores condicionantes ao

empreendedorismo que podem ser motivadas pela “oportunidade” ou “necessidade” ou ambos, o que chamamos de motivações dialógicas e múltiplas.

2.2 MOTIVAÇÕES E INTENÇÕES EMPREENDEDORAS

A tomada de decisão para se tornar ou não um empreendedor, para Ferreira, Santos e Serra (2010) e Gray e Smith (2020) é influenciada por um conjunto de fatores. Estes podem estar relacionados com as condições financeiras, com o ambiente onde esses indivíduos estão inseridos, como vimos no tópico anterior, ou com outros fatores individuais relacionadas a vida de cada indivíduo.

No contexto dos fatores ambientais, podemos citar o próprio ambiente familiar na infância, uma vez que há comprovações científicas que existe uma maior influência e tendência para um indivíduo empreendedor, se os pais ou parentes e amigos próximos possuem um histórico a favor. A educação de base também pode impactar e interferir na formulação de comportamentos empreendedores, já que há uma maior inclinação para os indivíduos com maiores níveis de formação optarem por serem empreendedores no seu percurso profissional (GRAY, SMITH, 2020).

A formação empreendedora treina competências para gestão dos conflitos e dá ferramental para o entendimento das atividades-chave que compõem uma empresa. Além disso, ainda existem as formações específicas, ofertadas em universidades e lato sensu, que também podem incentivar o desenvolvimento do empreendedorismo. Atualmente, a maioria das escolas de negócio oferecem disciplinas ligadas a esse conceito. E por último, para os autores, a experiência profissional de vida também estimula o espírito empreendedor (FERREIRA, SANTOS, SERRA, 2010).

Quando estudamos as motivações que levam esses indivíduos a empreender, no âmbito da oportunidade, vemos emergir o pensamento econômico neoclássico de Kirzner (1979). Para o autor, o empreendedor encontra-se sempre “em estado de alerta”, para descobrir e explorar novas oportunidades lucrativas de negócios. Esta capacidade é o principal *imput* que leva ao empreendedorismo por oportunidade. Woods (2006) e Harms, Luck, Kraus e Walsh (2014) adicionam a esse discurso o fato de que essa capacidade poderia inconscientemente refletir desejos pessoais de realização, aspirações e sonhos.

No campo das motivações pessoais, McClelland (1987) sinalizou e defendeu em seus estudos que justamente a construção dos valores, as motivações humanas e essa necessidade de

realizar algo para si e impactar a sociedade positivamente, que consistem no fator que estimulam a atividade empreendedora.

Ao falar sobre esse tema em um país subdesenvolvido, com inúmeras desigualdades e problemas sociais e sob a influência de uma intensa crise econômica e política, o empreendedorismo por necessidade, mostra-se mais próximo da nossa realidade e da motivação da maioria dos micro empreendedores brasileiros. Nessa modalidade, o profissional se motiva a empreender para manter-se no mercado de trabalho, diante de dificuldades financeiras ou por questões claras de sobrevivência, por não encontrar soluções viáveis de ocupação e renda (CARVALHO, 2009).

De acordo com os estudos de Vale, Corrêa e Reis (2014), não somente oportunidade e necessidade direcionam o indivíduo ao empreendedorismo, mas também outros atributos, como: mudanças no mercado de trabalho que trazem o desemprego, a insatisfação com o emprego, a família e outras influências. Esses autores elencaram quinze fatores motivacionais ao empreendedorismo no Brasil: “a) identificação de uma oportunidade de negócio”; “b) desemprego”; “c) dar continuidade ou ampliar os negócios da família (pesquisa de campo)”; “(d) possibilidade de usar experiência ou influência familiar”; “(e) possibilidade de usar relacionamentos e contatos na área”; “(f) desejo de dar ocupação a membros da família”; “(g) convite para participar como sócio da empresa”; “(h) desejo de ter um negócio próprio/tornar-se independente”; “(i) insatisfação com emprego”; “(j) presença de capital disponível”; “(k) tempo disponível”; “(l) acesso a recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço”; “(m) inserção em programa de demissão voluntária”; “(n) aumentar renda” e “(o) influência de terceiros”.

A pesquisa qualitativa sinalizou para a presença de motivações múltiplas e também, de possíveis interconexões entre elas. Como principais resultados, 74% dos empreendedores pesquisados consideraram o motivo “desejo de ter o próprio negócio ou ter independência” como muito importante. Logo após, em segundo lugar, vem o fator motivacional “identificação de uma oportunidade”, elencada por 68% dos empreendedores (VALE, CORRÊA, REIS, 2014).

A pesquisa ainda apontou o impacto do desemprego no país. Um total de 12% dos indivíduos afirmou ter procurado no empreendedorismo uma “fuga” por estar desempregado. O fator “desejo de gerar ocupação e ser útil”, o que está alinhado ao objetivo dessa pesquisa foi citado por 15% dos empreendedores.

Tabela 1- Motivos Indutores do Empreendedorismo

Motivos Indutores do Empreendedorismo*

Motivos	Total de respondentes **
1- Desejo de ter próprio negócio/tomar-se independente	74,5
2- Identificação de uma oportunidade de negócio	68,7
3- Aumento da renda	66,3
4-Facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos/relacionamentos e contatos na área	52,8
5- Presença de tempo disponível	47,5
6- Continuidade/ Ampliação dos negócios da família	26,4
7- Experiência/ influência/ relacionamentos familiares	25,8
8- Convite para participar como sócio da empresa	25,2

Continua

Tabela 1 (continuação)

Motivos	Total de respondentes **
9- Presença de capital disponível	23,9
10- Insatisfação com emprego	19,6
11- Influência de outras pessoas	15,3
12- Ocupação a membros da família	15,3
13- Desemprego	12,3
14- Demissão com FGTS	9,2
15- Aproveitamento programa de demissão voluntária	3,7

Nota. *Motivos considerados muito importantes pelos empreendedores (nota 5 na escala utilizada); questão permitia múltiplas respostas; **Percentual indica número de respondentes em cada motivo: total de entrevistados.

Fonte: Vale, Corrêa e Reis (2014).

Somado a esse estudo, uma pesquisa mais recente sobre os fatores condicionantes ao empreendedorismo no Brasil, Vale (2015) mostra que a motivação liderada pela “oportunidade” junto a motivação “necessidade”, são igualmente importantes e se falam entre si, independente de classes sociais ou estruturas de redes. Além disso, a insatisfação com o trabalho é um dos fatores mais apontados pelos ex-executivos, funcionários e que atualmente são empreendedores.

Como salienta Friedman (1986) e Gray e Smith (2020), o empreendedorismo “seria função de estímulo ambiental, oportunidade e necessidade”. Nesse contexto, as motivações para

empreender poderiam, na verdade, ser dialógicas, múltiplas e poderiam, eventualmente, ocorrer interações ou reforço em determinados períodos entre elas.

Encaixando essa discussão dentro do contexto proposto por essa pesquisa, os estudos de Barros, Fiúsa e Ipiranga (2005) e de Hisrich, Peters e Shepherd (2017) vem corroborar com esses resultados, mostrando que pessoas acima de 60 anos têm um conjunto de características ideais para o empreendedorismo, como: menor aversão a riscos, realização pessoal em abrir negócio, oportunidade de ter uma vida mais ativa após a aposentadoria e tranquilidade, conhecimento de causa e procura por mais segurança no final da vida.

Entretanto, Costa e Saraiva (2012) fazem um contraponto trazendo dados históricos, que justificam que todas as mudanças políticas e sociais, ocorridas desde a década de 70 no Brasil, como por exemplo, novas regulamentações internacionais, o empreendedorismo tem sido enquadrado, por um discurso hegemônico, sob a influência do novo espírito capitalista, formado a partir de construções da realidade e crenças que “impulsionam, justificam e legitimam” o comprometimento do indivíduo com esse sistema. Para eles, existe uma visão de que o discurso do empreendedorismo se faz e se coloca sendo o único caminho para o fomento do desenvolvimento econômico, da geração de renda e do desenvolvimento da sociedade e de seus indivíduos. Devido a intensa divulgação, a partir dos anos 2000, com a “bolha da internet” nos Estados Unidos, do surgimento das organizações exponenciais, as chamadas *startups* digitais (cases como: Google, Microsoft, Apple) esse conceito se confundiu a “símbolos de sucesso social e de representações imaginárias e de distorções da realidade existente”.

Entretanto, a partir de 2019, com o advento da Pandemia, podemos constatar que questões de caráter ambiental podem influenciar diretamente os estímulos e motivações, especialmente quando se trata de mercado e necessidades dos indivíduos. De acordo com o relatório mais recente do GEM 2020, o número de empreendedores iniciais motivados por necessidade saltou de 37,5% para 50,4%, o mesmo nível de 18 anos atrás. Desses sujeitos, 82% alegaram que a motivação para começar um negócio foi a solução encontrada para ganhar a vida, pois perderam seus empregos ou desistiram de procurar (GEM, 2020).

A pesquisa, também, mostrou que a taxa de novos empreendedores, cresceu 25% e atingiu o maior patamar da série histórica, com uma taxa que representa 10,2% da população adulta, o que estão sendo chamados de “filhos da Pandemia”, pois tiveram que se adaptar a uma nova realidade

(GEM, 2020; 2022). No entanto, é importante ressaltar que ao analisarmos esse processo sob a lente interseccional, seja motivado por oportunidade ou necessidade, é mais desafiador, quando se é uma mulher empreendedora 50+ periférica, pois, as dificuldades inerentes a esse processo se articulam às discriminações impostas à construção histórica do gênero feminino e de forma localizada (BEAUVOIR, 1980; DE ALMEIDA, DIAS, DOS SANTOS, 2021; A LPERSTEDT, FERREIRA E SERAFIM, 2014).

Desta forma, a seguir, é necessário apresentar a realidade do cenário das micro, pequenas e médias empresas no Brasil e, de forma localizada que é o interesse desse estudo, o Estado do Rio de Janeiro. Além de sinalizar questões de cunho econômico e social, também é necessário aprofundar essa lente e entender os principais desafios que os empreendedores cariocas enfrentam no seu ambiente de negócios e buscar um retrato das percepções desses sujeitos, junto aos dados disponíveis de mercado.

2.3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL E RIO DE JANEIRO

Nos últimos anos, o Brasil foi um dos países com o maior aumento de registros de microempreendedores no mundo, liderando o ranking do BRICS, superando até mesmo grandes potências como os Estados Unidos e a China. Desses novos empreendedores, muitos afirmam empreender por necessidade, alegando escassez de recursos e a falta de oportunidades de emprego (GEM, 2020/2021).

Atualmente, o modelo de Microempreendedor Individual (MEI), corresponde a mais da metade das empresas registradas formalmente no banco de dados do SEBRAE. O Rio de Janeiro é o segundo Estado com maior número de inscritos, ficando atrás apenas do Estado de São Paulo (SEBRAE, 2021). E a tendência é que essa quantidade aumente, pois, somente em 2021, o Brasil registrou a maior taxa de declaração de habitantes que possuem vontade de abrir o seu próprio negócio entre os 65 países analisados na pesquisa do GEM 2020/2021. Um crescimento considerável em relação aos anos anteriores. Grande parte dessas decisões foram influenciadas pela Pandemia (GEM, 2020/2021, p. 91).

A questão é que esse cenário vem se desenhando desde a década de 90, devido os efeitos da globalização. As pequenas e médias empresas (PMEs) enfrentam crescente pressão da concorrência de todo o mundo. Portanto, este fato evidencia-se como um dos principais desafios das PMEs hoje, especialmente no Brasil. Elas precisam estar atentas as rápidas mudanças do mercado e se adaptar as recorrentes transformações digitais. Portanto, capacitação constante e Inovação é algo essencial como diferencial competitivo no mercado. As PME's são incentivadas a implementar uma mentalidade empreendedora para reconhecer as ameaças e oportunidades no ambiente da empresa, a fim de garantir que a empresa continue existindo no futuro (KRUEGER, 2000).

O ambiente de negócios pode ter um impacto significativo na viabilidade de uma empresa. É constatado através de pesquisas que empresas que estão inseridas em ambientes altamente competitivos e de rápida transformação têm maior crescimento sustentável (ZAHRA, COVIN, 1995).

Entretanto, diante de tantos desafios, o Brasil mostra um cenário positivo em relação às MPE's. O número desse gênero de empreendimento vem crescendo no Brasil nos últimos anos, mesmo com a crise instalada no país desde 2016. Seguindo essa lógica, as MPE's ajudaram a amenizar os danos causados na economia e contribuíram para não aumentar ainda mais o nível de desemprego do país. O Anuário do Trabalho dos Pequenos Negócios aponta que, no período de 2006 a 2016, houve um incremento de 53,5% para 54,5% de MPE's no Brasil, e um aumento de 1,1 milhão de pequenos negócios no Brasil, nos últimos dez anos. Essas empresas foram responsáveis pela geração de mais cinco milhões de novos empregos nesse período. Apesar das mudanças no contexto econômico, as MPE's ainda continuam responsáveis por 99% no total de estabelecimentos do País (SEBRAE, 2017).

Dados de sondagem do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Rio de Janeiro (SEBRAE-RJ), elaborada com base nas informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), em relação ao desempenho das micro e pequenas empresas no ambiente do Rio de Janeiro, no primeiro semestre de 2021, mostram que essas empresas foram responsáveis por 89% das vagas de trabalho criadas no Estado, com a geração de quase 59 mil empregos com carteira assinada. Do total de 58,9 mil postos criados entre janeiro e junho de 2021,

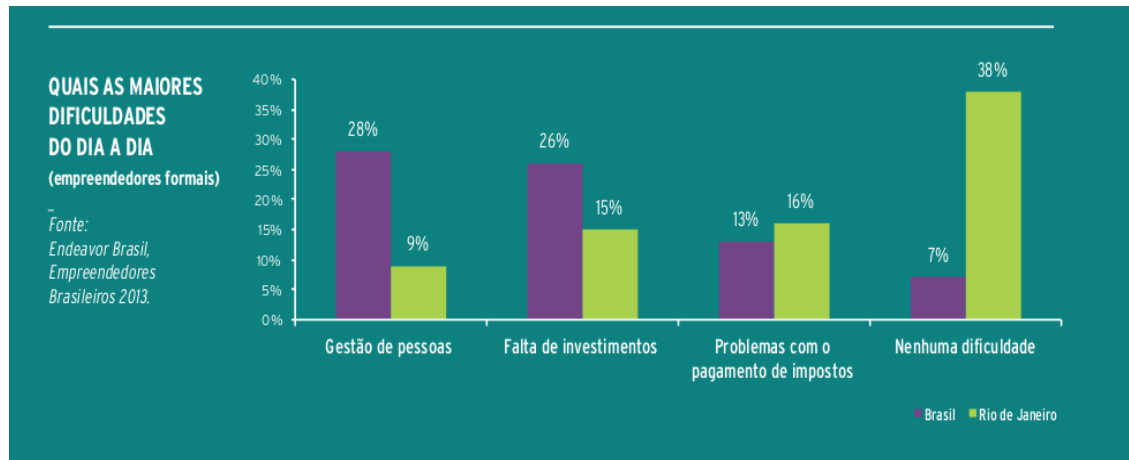
a maior contribuição foi dada pelo setor de serviços, com 31.491 vagas (AGÊNCIA BRASIL, 2021).

Apesar do período pandêmico, desde de 2020, as MPE's apresentam saldo positivo de emprego, puxando o mercado de trabalho para cima, sendo o setor que emprega mais. A indústria aparece em segundo lugar, com 13 mil empregos e o comércio com 10.409 novas vagas formais. Outro dado que as MPE's vem respondendo positivamente, é que em comparação com os seis primeiros meses de 2020, no auge da pandemia do novo coronavírus, a situação era mais agravante, com mais de 81,7 mil postos de trabalho fechados no Estado do Rio de Janeiro (AGÊNCIA BRASIL, 2021).

Em relação aos desafios que os empreendedores cariocas enfrentam no ambiente de negócios não é diferente do resto do País, mas apresentam outras peculiaridades. Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017/2018) mostrou que quase 40% dos empreendedores disseram não ter nenhum problema no dia a dia de seus negócios, o que num primeiro momento chega a ser um contrassenso. Entretanto, isso se explica pela falta de relacionamento entre empreendedores cariocas e seu ecossistema de suporte local. Apenas 43% dos empreendedores procuraram orientação e auxílio de órgãos como o SEBRAE e o Sistema S, que são mais conhecidos da população.

Um dos aspectos que também é crítico no ambiente carioca é a polaridade entre empreendedores formais e informais. Apenas 8% dos empreendedores informais têm ensino superior, em contraste com 38% entre os formais. Ou seja, a questão da educação de base torna-se algo importante neste processo. Aliado a isso, empresas informais têm menos acesso a recursos financeiros, a infraestrutura e operam em um ambiente incerto, o que afeta o desenvolvimento do empreendedorismo em toda a cidade, como podemos ver no Gráfico 2 (SEBRAE, 2017).

Gráfico 1: Quais os maiores desafios do dia a dia (empreendedores formais)



Fonte: Pesquisa Rio de Janeiro Empreendedor (ENDEAVOR, 2013).

Outro fator que poderia explicar é o êxodo que está acontecendo de suas principais empresas para centros com maior visibilidade e mais atrativos, como São Paulo. As questões relativas a segurança pública que enfrentamos, também, podem inibir a exposição de casos de empresários bem sucedidos do Rio. A verdade é que muitos empreendedores têm medo de falar sobre suas trajetórias de sucesso, de acordo com resultado das entrevistas (SEBRAE, 2013). A seguir, no Gráfico 1, vemos explicitado o resultado dessa falta de conexão entre os empreendedores e o ecossistema de empreendedorismo carioca.

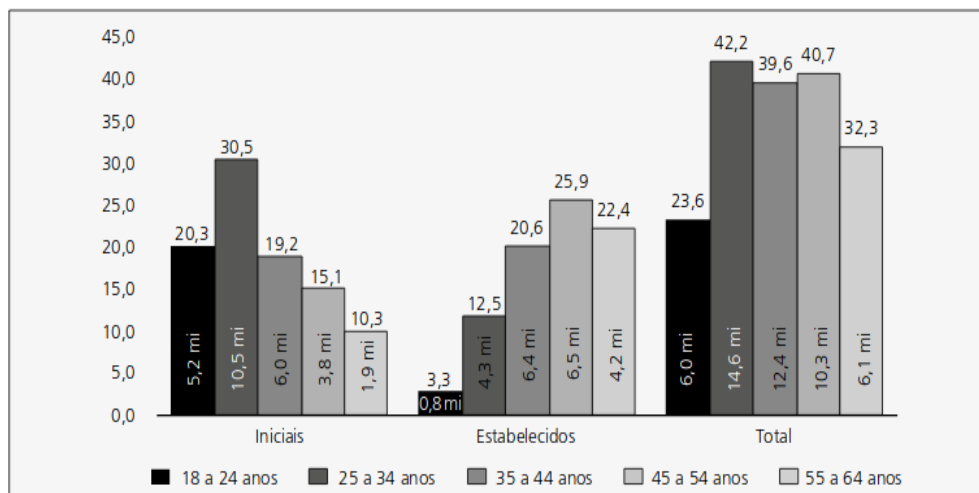
Para o informal, o acesso a capital para crescer é algo muito mais latente, atingindo 73% desses empreendedores. Consequentemente, isso leva a uma alta taxa de mortalidade das empresas cariocas. Entre as capitais do Sudeste, o Rio apresenta a menor taxa de sobrevivência de empresas com dois anos de abertura (SEBRAE, 2013). Para tanto entendemos que o Rio de Janeiro possui grandes vantagens competitivas frente as outras metrópoles do Brasil, porém mostra grandes desafios pela frente para superar esses índices.

No gráfico 2, podemos contemplar estudo do GEM (2017) sobre o cenário do empreendedorismo no Brasil no ano de 2017, em relação as diferentes faixas etárias. Fica evidente que os jovens na faixa de 25 a 34 anos foram os mais ativos na criação de novos negócios, totalizando 30,5%. Em segundo lugar, chama a atenção neste *ranking* a participação substancial

dos ainda mais jovens, de 18 a 24 anos, com uma participação de 20,3% na criação de negócios nascentes.

No caso de negócios estabelecidos, se destaca em primeiro lugar a faixa etária de 45 a 54 anos, com 25,9%. Apesar de claramente os mais jovens não terem participação substancial nesse ponto, torna-se importante mencionar que são mais de cinco milhões de jovens empreendedores brasileiros, entre 18 e 34 anos, que se encontram nesse estágio (GEM BRASIL, 2017).

Gráfico 2 – As taxas do nº de empreendedores por faixa etária e estágios do negócio no Brasil em 2017



Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 20,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil são empreendedores iniciais).

² Estimativa calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/ Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

Fonte: GEM Brasil 2017

Outro dado mais recente que vem corroborar com o resultado dessa pesquisa do GEM (2017, 2022), diz respeito ao edital Centelha RJ, programa de fomento a novas empresas de base tecnológica promovido pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) e pela Financiadora de Estudo e Projetos (FINEP), e executado pela FAPERJ (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro). O Programa Centelha visa estimular a criação de empreendimentos inovadores, a partir da geração de novas ideias, e disseminar a cultura do

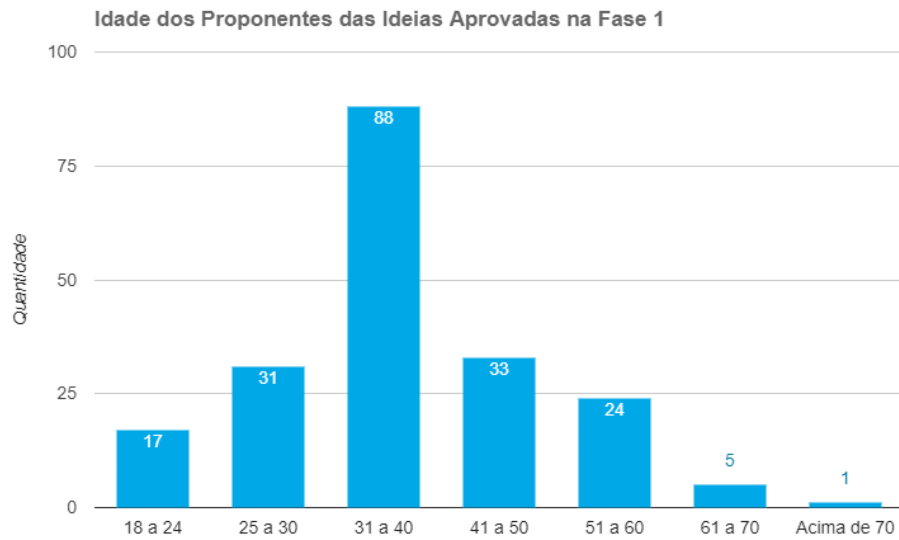
empreendedorismo inovador em todo território nacional, incentivando a mobilização e a articulação institucional dos atores nos ecossistemas locais, estaduais e regionais de inovação do país. No Rio de Janeiro, a primeira edição do Centelha está em andamento desde 2023, e se estenderá até julho de 2024.

O Programa Centelha pretende estabelecer a ponte entre academia e indústria no Rio, já que muitas das ideias vêm de pesquisadores, tanto de cursos de graduação como de pós-graduação. Contudo, o Centelha RJ abre espaço para participação de todos os cidadãos do estado, tanto para inscrever suas ideias como para interagir com os empreendedores, e tem como principal intenção consolidar uma forte rede de apoio ao empreendedorismo inovador.

Durante todas as etapas serão oferecidas capacitações para auxiliar o empreendedor a aprimorar a ideia e desenvolver seu negócio. Ao final, até 50 projetos serão contemplados, cada um com até R\$ 70 mil em subvenção econômica. Em relação a ações de capacitação, está previsto que as empresas passarão por uma etapa de acompanhamento com suporte e capacitação para transformar suas ideias em negócios de sucesso (FAPERJ, 2023).

O gráfico 3 demonstra os resultados da Fase 1 do projeto, onde é possível ter um panorama relativo à participação dos empreendedores 50+ e aprovação desses projetos na Fase 1 no edital Centelha RJ. Percebe-se um percentual de apenas 15% de projetos aprovados, em relação ao montante, para empreendedores proponentes acima de 50 anos e apenas 6 projetos aprovados para empreendedores acima de 60. Esse fato vem colaborar com a tese de que oportunidades relativas a programas de apoio e editais de fomento para iniciar ou tracionar um negócio, podem não estar sendo acessadas por esses sujeitos (GEM, 2022).

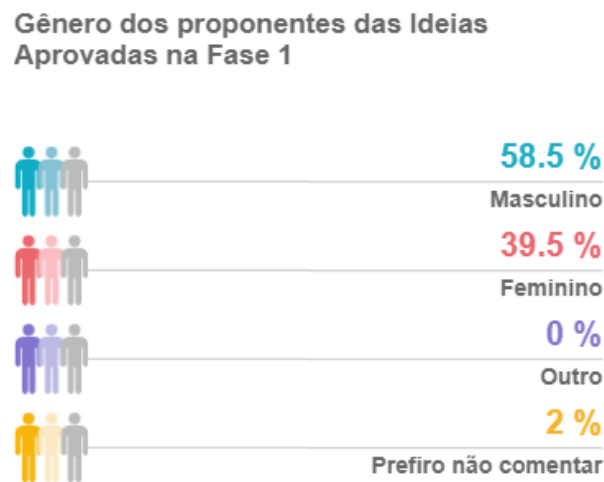
Gráfico 3: Idade dos Proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1 do Programa Centelha RJ



Fonte: Portal Centelha RJ 2023

Um outro ponto diz respeito ao recorte por gênero desses programas. A Figura 2 mostra o resultado das ideias aprovadas do programa Centelha RJ, em relação ao gênero dos proponentes das ideias. Percebe-se ainda uma predominância do sexo masculino, em relação ao feminino, o que confirma pesquisas do GEM (2017, 2022) de que o público masculino é o que acessa com mais frequência mecanismos de apoio no âmbito empreendedor.

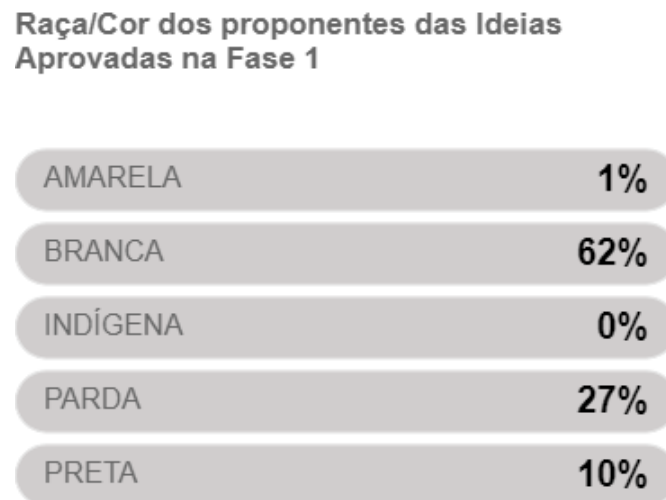
Figura 2- Gênero dos proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1



Fonte: Portal Centelha RJ, 2023.

Em relação, a amostragem da raça e cor declarada pelos proponentes aprovados para a Fase 1 do Centelha RJ, percebe-se a predominância da raça branca (mais da metade dos empreendedores aprovados), em relação as demais etnias. Os pretos e pardos correspondem a 37% da amostragem e os declarados indígenas não tiveram projetos aprovados. Esses dados comprovam que as desigualdades sociais no nosso País e Estado, são os principais propulsores da falta de informação e preparação desses sujeitos (FAPERJ, 2023).

Figura 3- Raça/Cor dos proponentes das Ideias Aprovadas na Fase 1



Fonte: Portal Centelha RJ, 2023.

Nesse contexto brasileiro, o empreendedorismo vem como forma de oportunidade libertadora (BERTH, 2019) e novo campo de atuação para que esses indivíduos continuem ativos. As oportunidades para novos negócios que atendam a esse público não é uma tendência, mas já é realidade. Empresas nascentes, as *startups*, têm investido em negócios voltados para o público idoso e existe um espaço grande nesse mercado, principalmente devido o aumento da expectativa de vida. Atender as necessidades desses consumidores 50+ e entender suas limitações serão grandes diferenciais para empresas que desejam prosperar (FGV, 2018).

Apesar dos avanços no campo do empreendedorismo inovador no Brasil, é relevante lembrar que essa não é uma realidade presente quando focamos no sujeito empreendedor periférico. Principalmente, para este estudo, é essencial emergir esse olhar para a região da Baixada Fluminense, a fim de entender melhor tendências, potencialidades, cultura e regionalidades. Na próxima seção do referencial é apresentado um cenário atual das micro e pequenas empresas na região da Baixada Fluminense, que segmentos movimentam mais essa economia, além de apresentar quais são os principais órgãos atuantes e mecanismos de apoio local que auxiliam e acompanham esses empreendedores e suas pautas de trabalho. É relevante a apresentação dos programas, pois, são estes que estão em foco na análise desta tese.

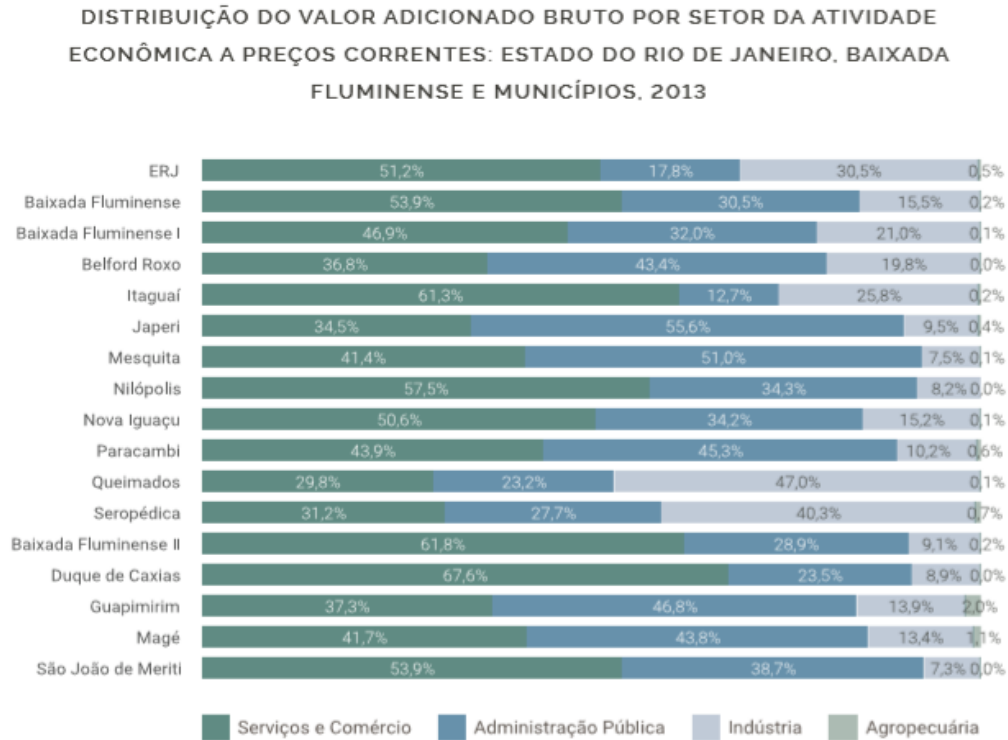
2.4 CENÁRIO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA BAIXADA FLUMINENSE E MECANISMOS DE APOIO

Segundo dados do SEBRAE (2016), a região da Baixada Fluminense, que faz parte da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, abrange 13 municípios. Possui 3,7 milhões de habitantes, o equivalente a 23% da população do Estado do Rio de Janeiro (ERJ), sendo que 2,1 milhões moram na Baixada I e 1,6 milhão, na Baixada II. O município mais populoso de toda a região é Duque de Caxias, que se encontra na Baixada II, seguido de Nova Iguaçu, na Baixada I. Na Baixada Fluminense, serviços e comércio (53,9%) e administração pública (30,5%) têm maior representatividade no Valor Adicionado Bruto (VAB) da região em relação ao estado, cujos percentuais são inferiores: 51,2% e 17,8%, respectivamente.

A Baixada Fluminense é constituída em sua estrutura empresarial por 314.809 empresas. Na análise por porte 74,1% são MEI, seguidas de 20,3% de ME, que juntas representam 94,4% das empresas, com base na Receita Federal do Brasil. Na análise por setor, das 314.809 empresas, o setor de Serviços concentra 42,3%, seguido pelo setor do Comércio com 31,9%, juntos representam 74,2% do total de empresas do Município; também de acordo com a Receita Federal do Brasil (GOV-RJ, 2021).

Duque de Caxias é o município da Baixada em que serviços e comércio possui a maior participação relativa em termos de VAB: 67,6%, como exposto em gráfico 4 abaixo:

Gráfico 4: Distribuição do valor adicionado bruto por setor da atividade econômica a preços correntes: Estado do Rio de Janeiro, Baixada Fluminense e municípios, 2013.



Fonte: IETS, com base nos dados do Ceperj e do IBGE.

Fonte: extraído de relatório IETS (2017)

O ERJ possui cerca de 993 mil estabelecimentos formais, incluindo-se os pequenos negócios – microempreendedores individuais (MEI's), microempresas (MEs) e empresas de pequeno porte (EPPs) –, além das médias e grandes (MGEs). Duque de Caxias (Baixada II) e Nova Iguaçu (Baixada I) respondem, juntos, por 47% do total de estabelecimentos da região e por 8% do total do ERJ. Em ambos os municípios, os setores de comércio e serviços predominam. construção civil se destaca com a maior proporção de empresas em relação ao ERJ – mais de um quinto (22%) dos estabelecimentos de construção civil do estado estão na Baixada (FIRJAN, 2017).

Segundo dados do Sebrae (2017), 48% dos empregos de Magé, Guapimirim, São João de Meriti e Caxias são gerados pela atuação de micro e pequenas empresas. Sendo assim, melhorar o ambiente das médias e pequenas empresas gera um efeito de renda ao redor que, conseqüentemente, melhora o ambiente dos grandes negócios.

Em todas as regiões do Estado, a participação das MPE de base tecnológica, tanto no total de micro e pequenas empresas quanto no conjunto de seus empregados, é menor do que 1,3%. Por outro lado, os rendimentos nas micro e pequenas empresas de base tecnológica na Baixada Fluminense II estão bem acima dos observados na média das empresas do setor, constituindo a maior representatividade observada em todos os sete setores, o que corresponde 121% (SEBRAE, 2017).

Um outro dado que corrobora com o potencial econômico da região da Baixada foi o saldo positivo na geração de empregos durante a Pandemia. Dos 92 municípios fluminenses, 84 tiveram saldo líquido positivo no primeiro semestre de 2021, devido às micro e pequenas empresas. Destaque para a capital (24,5 mil vagas), Niterói (2,5 mil) e Duque de Caxias (2,4 mil), em terceiro lugar. Isso demonstra que a força das micro e pequenas empresas não está concentrado apenas na capital nem na região metropolitana do Rio de Janeiro, mas está espalhado no Estado, e isso sinaliza a necessidade de dar suporte a esses empresários (GOV-RJ, 2021).

Em relação aos mecanismos de apoio, os órgãos mais atuantes e oficiais na região são a Representação Regional do SEBRAE-RJ, através de seus escritórios localizados em Nova Iguaçu e Caxias e a FIRJAN, com sua representação regional na Baixada I (Nova Iguaçu) e Baixada II (Caxias). Ambas instituições promovem cursos de capacitação setoriais, encontros empresariais e rodadas de negócios, editais de financiamento, além de prestar auxílio a empresários que queiram submeter projetos para subvenção econômica.

Sobre os dois mecanismos de apoio em análise neste estudo, o SEBRAE, hoje, é considerado o principal órgão de apoio local e no Brasil ao micro e pequeno empreendedor. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões. O organismo atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores

público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios (SEBRAE, 2021).

Como principais metas e objetivos, a instituição pretende desenvolver habilidades e difundir conhecimento para empreendedores implementarem e crescerem com seus negócios; promover networking; propôr novos ambientes para estímulo à inovação; auxiliar com cursos e capacitações no desenvolvimento de protótipos e MVP (mínimo produto viável) de empreendedores que estão começando seus negócios; além de estimular com palestras e discussões na sociedade, o pensamento mais empreendedor, disseminando assim uma cultura intraempreendedora (SEBRAE STARTUP RIO, 2020).

O Observatório SEBRAE-RJ é uma iniciativa local baseada na sistematização, no monitoramento, na análise e na disseminação de informações ligadas ao ambiente dos pequenos negócios do Estado. Para o estudo, além da elaboração própria de estudos, análises e outros documentos, o SEBRAE-RJ possui parcerias com instituições que possuem reconhecida experiência na elaboração de trabalhos relevantes para o Estado do Rio de Janeiro, como o IETS (Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade), o CCJE (Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas) da UFRJ, a FGV (Fundação Getúlio Vargas). O Observatório Sebrae/RJ tem como objetivo ser um difusor de informações relevantes para a estratégia do SEBRAE-RJ e para a tomada de decisões dos empresários e empreendedores (SEBRAE, 2017).

O segundo órgão de apoio na região com iniciativas para empreendedores de uma forma geral é a Representação Regional da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAN. O principal objetivo e missão, segundo a entidade, é garantir o crescimento sustentável da indústria e dar apoio às pequenas, médias e grandes empresas na Baixada Fluminense. A organização representa todas as indústrias do Estado do Rio, que conta com 101 sindicatos patronais e cerca de 5.505 colaboradores. A FIRJAN conta em sua estrutura com as organizações: SESI, SENAI, IEL e CIRJ, que atuam em áreas fundamentais, como a competitividade empresarial, educação e a qualidade de vida do trabalhador e de seus familiares.

O intuito da organização é reunir em um só lugar todo o apoio, incentivo, informações e soluções para estimular o desenvolvimento das indústrias. Um de seus lemas é: Atuação nacional, com foco local. Os desafios locais para o desenvolvimento de cada região fluminense são enfrentados através das Representações Regionais, que contrõem estratégias adaptadas à realidade

de cada área no Estado. As ações são guiadas pelas Agendas Regionais do Mapa do Desenvolvimento (2016-2025).

Como conquistas recentes, balisada pela Agenda Regional, a Representação Regional Baixada Fluminense pressionou a Prefeitura de Duque de Caxias a investir em infraestrutura, na construção do Arco Viário de Campos Elíseos, um dos principais gargalos para o desenvolvimento local. A Federação, também, promove constantemente uma agenda de encontros entre empresários e prefeitos da Baixada – Áreas I e II – para discutir o desenvolvimento da região e o combate ao roubo de cargas. Além disso, a Representação Regional Baixada Fluminense inaugurou sua Comissão Regional de Energia.

Além disso, a FIRJAN firmou parceria com o Governo do Estado para agilizar o atendimento de questões relacionadas a quatro órgãos da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (Sedeis): a Companhia de Desenvolvimento Industrial do Estado do Rio de Janeiro (Codin), a Agência Estadual de Fomento (AgeRio), a Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (Jucerja) e o Departamento de Recursos Minerais (DRM). Com o acordo, empresários do interior passaram a receber o primeiro atendimento diretamente nas Representações Regionais (FIRJAN, 2021).

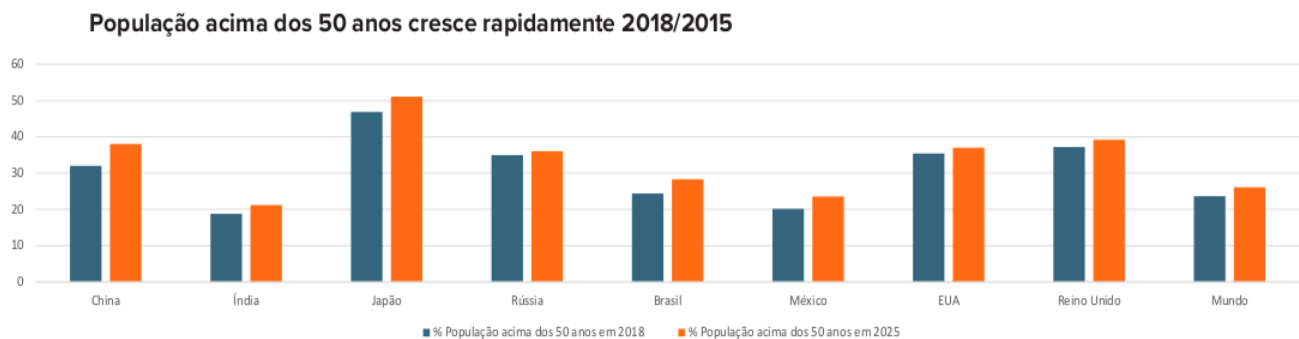
Como ação específica para o empresariado local, a Representação da Baixada realiza Rodadas de Negócios entre empresas locais para ajudar no desenvolvimento local. Trata-se da Rodada de Negócios do Programa Compra Rio na Baixada Fluminense. A iniciativa é gratuita e em parceria com a Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenvolvimento Econômico, com o intuito de aproximar empresas de todos os setores, permitindo contato direto entre fornecedores de pequenas e médias e departamentos de compras de grandes corporações. A ideia é criar oportunidades de novos negócios para mais de 100 fornecedores por evento (FIRJAN, 2021).

Após o exposto, a pergunta que fica é se essas iniciativas conseguem contemplar as reais necessidades e “dores” do objeto de pesquisa dessa tese que é o empreendedor 50+. Na próxima divisão do referencial será abordada e aprofundada essa temática, mostrando que este é um campo de conhecimento emergente com características específicas e muitas vezes interseccionais, portanto, é necessário um olhar muito mais individualizado sobre esse fenômeno.

2.5 EMPREENDEDORISMO 50+: UM NOVO CAMPO DO CONHECIMENTO

O fato é que as pessoas estão vivendo mais, graças às inovações tecnológicas, principalmente no âmbito da saúde, estão mais ativas e querem continuar contribuindo para a sociedade. Quase todos os países do mundo estão enfrentando as consequências desse fenômeno. No Japão, por exemplo, em 2025, já é fato que metade da população terá mais de 50 anos (EUROMONITOR INTERNACIONAL, 2019), conforme explicitado no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Principais Países com População acima dos 50 anos – 2015/2018



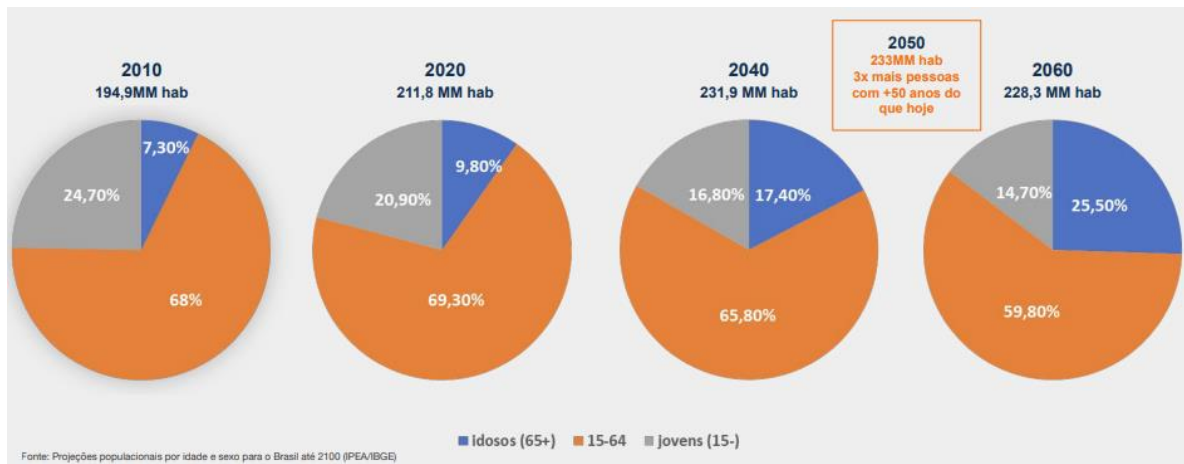
Fonte: Euromonitor International

De acordo com o IBGE (2015), a situação referente ao envelhecimento da população brasileira não é diferente dos outros países e têm causado grandes expectativas quanto ao futuro das nações e as medidas que terão de ser tomadas para esta nova realidade. Isso fica ainda mais claro e atual, ao presenciarmos hoje as discussões e aprovações sobre as mudanças no sistema previdenciário brasileiro (ERVATTI, BORGES, JARDIM, 2015).

Em 2000, o índice da população acima de 60 anos no Brasil representava 10%, correspondendo a 18 milhões de pessoas. Essa estatística já era três vezes maior que no ano de 1970. Aliado a isso, as projeções do IBGE apontam que o Brasil já é a 6ª posição em número de idosos no mundo, ocasionando um verdadeiro “bônus demográfico”, somando um maior número de pessoas em idade produtiva em comparação com o número de pessoas financeiramente dependentes (CARVALHO, 2009). As projeções indicam que, em decorrência do aumento da expectativa de vida e redução da natalidade, a parcela de pessoas 50+ será cada vez mais significativa ao longo

dos anos. Em 2050 é previsto que teremos três vezes mais pessoas com 50+ do que hoje (IPEA/IBGE, 2021), como analisado no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Projeção populacional por idade e sexo para o Brasil até 2100



Fonte: Projeções populacionais por idade e sexo para o Brasil até 2100 (IPEA, 2021).

De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2019), o pico populacional no Brasil levará a um envelhecimento significativo da população, cuja projeção é de 43 milhões de idosos em 2031, e 73,5 milhões, em 2060, o que significa que, em cada dez brasileiros, três serão idosos. Portanto, cerca de 18,6% da população brasileira será idosa, segundo essa previsão. O envelhecimento da população dá novos significados à contribuição social e econômica, o que pode ser considerado uma das coisas mais importantes da vida adulta – o que alguns autores concordam que é o que dá o “real sentido à existência” (EMPREENDABILIDADE, 2022; BORGES, JARDIM, 2015; CARVALHO, 2009).

Em relação ao etarismo sob o viés institucional, o debate na Academia atualmente se concentra, principalmente, nessa pressão demográfica que implica em graves problemas em termos de mercado de trabalho, crescimento econômico, demanda agregada e finanças públicas, no cuidado e na aposentadoria, segundo Linardi e Costa (2021), pois o envelhecimento passa a ser uma questão multidimensional com implicações políticas, econômicas, culturais e sociais (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). Estas implicações têm revelado ser um

assunto emergente na área de empreendedorismo, e que precisa de novos estudos para entender a dinâmica que existe através da força de trabalho dos idosos.

Além disso, outros estudos vêm se concentrando nas diferentes barreiras enfrentadas no ageísmo e dificuldade de acesso a recursos (FIGUEIREDO, PAIVA, 2019; KAUTONEN, 2008), motivações e impulsionadores (GRAY, SMITH, 2020) e políticas públicas e previdência social (AL-JUBARI, MOSBAH, 2021).

Apesar de ficar claro que se trata de um tema emergente e de extrema importância a ser discutido na sociedade, ainda existem poucas pesquisas sobre empreendedorismo 50+ (WEBER, SCHAPER, 2011). As pesquisas estão mais concentradas nas diferenças geracionais, em empresas familiares, nas características de seus fundadores e nas diferenças para a empresa tradicional (MORRIS, ALLEN, KURATKO, BRANNEN, 2010).

Portanto, as discussões acerca do tema no mundo mostram que estudos sobre empreendedorismo 50+ ainda se encontram em estado embrionário, com poucas pesquisas publicadas em comparação com outros estudos sobre empreendedores (KAUTONEN, 2012; ZHU ET AL., 2022). As pesquisas encontradas em periódicos internacionais, principalmente, na Europa e na América do Norte (Estados Unidos e Canadá), se concentraram na compreensão do que leva os indivíduos a empreender com idade mais avançada e, somente a partir da década de 2010, alguns trabalhos surgiram com base em teorias que analisaram o desempenho do empreendedor sênior em nível individual (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; KAUTONEN ET AL., 2017) e em nível de empresa (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; GIELNIK ET AL., 2018).

Sendo assim, esse fato, justifica a necessidade de ampliação de estudos para outros continentes, principalmente nos países em desenvolvimento, onde atualmente o envelhecimento da população tem ocorrido de forma mais acentuada em comparação aos países desenvolvidos (VERAS E OLIVEIRA, 2018).

Portanto, existe uma lacuna de estudo na Academia quanto às relações entre idade e empreendedorismo, analisando as diferenças entre países e culturas, e nos efeitos macroeconômicos desse desenvolvimento. Devido a importância de mais estudos sobre esse

fenômeno, autores como Isele e Rogoff (2014) denominam em suas pesquisas essa temática como o “novo normal” da sociedade moderna.

Nessa tese é importante caracterizar o sujeito em análise e definir as questões relativas a esta faixa etária. A política nacional do idoso (PNI), Lei nº8. 842, de 4 de janeiro de 1994, e o estatuto do Idoso, Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, definem estes sujeitos como pessoas de 60 anos ou mais. Em consonância a esse dado, a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2002) define o homem de terceira idade partindo do parâmetro de sua idade cronológica, dessa forma, baseia-se no sujeito de 60 anos ou mais, em países em desenvolvimento e com 65 anos ou mais em países desenvolvidos.

Entretanto, estudos concluem que a idade cronológica não vem a ser mais o melhor parâmetro para as mudanças que nosso mundo sofre. Existem diferenças significativas relacionadas a esse público, quanto a sua participação na sociedade, quanto ao aumento da sua longevidade devido aos avanços tecnológicos, maiores níveis de independência financeira e maior produtividade no mercado para as pessoas da terceira idade (BRASIL, 2005; ISELE e ROGOFF, 2014).

Sendo assim, o ato de envelhecer “é um processo multifatorial e subjetivo” (DIAS, 2007; ISELE e ROGOFF, 2014). Ele é um conjunto de fatores que não necessariamente levam em conta a idade, mas questões biológicas, que se tornam mais aceleradas quanto maior for a idade; as condições sociais que podem variar pelo momento histórico e cultural; as condições econômicas que tem o marco na sua aposentadoria; a intelectual, pelo fato de que as atividades cognitivas começam a não funcionar mais como antes; e a funcional que provoca a perda da independência e autonomia no dia a dia (MAZO ET AL., 2007 *apoud* Dias, 2007).

Ao longo da vida, os profissionais 50+ acumularam experiências e aprendizados tanto no âmbito social, quanto no mercado de trabalho. Para esse grupo, o trabalho, além da estabilidade financeira, traz o sentimento de independência e liberdade. Também se identifica questões inconscientes como querer se engajar e se sentir pronto para novos desafios, enxergar novas oportunidade de realização e ainda se sentir ativo na sociedade e capaz de produzir, trabalhando desta forma sua autoestima (CARVALHO, 2009).

Entretanto, o mercado de trabalho percebe as pessoas maduras como sendo o oposto dos mais jovens. Enquanto os mais jovens são vistos como mais produtivos, com mais energia e dinâmicos, abertos para mudanças e adaptações tecnológicas e disponíveis para novos desafios, as pessoas maduras são vistas de forma diferente. Elas são consideradas apenas como comprometidas, mais responsáveis e sensatas, trazendo o sentimento de incapacidade e dificultando sua inserção no mercado de trabalho. E para àqueles que ainda estão no mercado de trabalho, sentem “na pele” as diferenciações no tratamento, a criação de um esteriótipo e se sentem mais desestimulados dentro da organização, o que leva a uma demissão ou saída por desejo próprio (NG, FELDMAN, 2008).

Esse fato vem de encontro as estatísticas apresentadas na pesquisa intitulada “Envelhecimento nas organizações e a gestão da idade”, realizada com dirigentes de 140 empresas no Brasil, no período de fevereiro e março de 2018, sobre a percepção das empresas em relação aos profissionais de 50 anos ou mais. De cada 10 empresas no Brasil, sete acham que os mais velhos não acompanham as transformações tecnológicas (FGV, 2018). Porém, de acordo com o IBGE (2018), 1/4 dos brasileiros acima de 60 anos já estão conectados.

Diante de tantos desafios do mundo moderno, o mundo do empreendedorismo e da inovação parece pertencer exclusivamente aos jovens, entretanto, estão surgindo empreendedores com mais de 50 anos que se mostram muito habilidosos com a tecnologia e com os negócios, tanto quanto os mais jovens (SEBRAE, 2018). Aliado a isso, estudo do GEM (2020), mostrou que o empreendedor 50+ tem mais capacidade de criar um negócio que se estabeleça no mercado. 15,6% dos empreendedores que tem entre 55 e 64 anos tem empresa estabelecida, ou seja, que está ativa há mais de 3,5 anos. Contra 3,8% dos jovens (18 a 34) e 11,1% dos adultos (35 a 54 anos). Em relação a crédito, os empreendedores 50+ também demonstram ser mais confiáveis na visão do Mercado. A média de taxa de sucesso em pedidos de crédito, entre todos os públicos, é de 52% (EMPREENDABILIDADE, 2022). Acima de 46 anos, a aprovação é maior. Os argumentos são: (1) maior tempo à frente de um negócio; (2) mais experiência em gestão; (3) histórico bancário; (4) maior possibilidade de essas pessoas já terem acumulado bens e terem mais estabilidade (EMPREENDABILIDADE, 2022).

Desta forma, foi considerado para este estudo, o recorte de idade de empreendedores com 50+, público que vem sendo chamado de Economia Prateada, no qual promove vantagens sociais

e econômicas, tais como complemento de renda ou alternativa flexível ao emprego formal (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). No Brasil, mais de 650 mil idosos atuam como empresários, sendo que 10,8% dos idosos não empreenderam, mas admitem ter vontade de começar um negócio (SEBRAE, 2017; 2022).

Por outro lado, características positivas como a pontualidade, confiabilidade, comprometimento nas entregas, menor absenteísmo, fidelidade aos valores da empresa, maior conhecimento generalizado, flexibilidade no relacionamento, atenção ao gerenciamento de risco, cumprimento dos padrões éticos da corporação, visão focada na solução de problemas, maior inteligência emocional e a facilidade de expôr suas habilidades são características e posturas que se destacam, por exemplo, dos profissionais mais jovens (FGV, 2018).

Desta forma, Vanzella, Neto e Silva (2011) afirmam que o trabalho mais adequado para as pessoas na terceira idade deveria inseri-los em contextos mais participativos e não apenas em tarefas rotineiras, mas priorizando a estratégia. O que se aproxima bastante do perfil do profissional empreendedor. Essa experiência de vida pode ser um fator de sucesso tanto na vida profissional quanto na escalada empreendedora.

Al-Jubari e Mosbah (2021), Gray e Smith (2020) e Maritz et al. (2021) defendem o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor com mais de 50 anos, promovendo educação direcionada, formação, acesso a recursos essenciais, atualização tecnológica, financiamento e serviços de consultoria. Stirzaker et al. (2019) e Isele e Rogoff (2014), também propõem que universidades e outras agências não governamentais desenvolvam cursos específicos para empreendedores 50+, visando a valorização do capital humano e social, bem como encorajá-los a abrir novos caminhos. Acesso a microcréditos, capital de crowdfunding e linha de crédito tributário para superar barreiras financeiras na fase inicial do empreendimento são outros aspectos destacados pelos autores.

Para Hirisch, Peters e Shepard (2017), existe uma diferença entre a idade do empreendedor, baseada em sua expertise, e a idade cronológica. Segundo os autores, a experiência de já ter tido negócios ou ter atuado no mesmo ramo do empreendimento que se quer estabelecer, é um dos melhores preditores de sucesso. Em relação à idade cronológica, a maioria dos empreendedores iniciam sua jornada empreendedora entre os 22 e 45 anos, sendo uma estimativa. Os homens aparecem como o primeiro grupo a iniciar negócios, principalmente na faixa dos 30 anos, e a

mulheres mais tardiamente por volta dos 35 anos. Porém na prática, como resultado disso, o que vemos são indivíduos com mais idade, já com vidas estabelecidas, filhos com maior idade, pensando em como ocupar seus tempos fazendo algo que lhe dêem prazer e ocupação (HISRICH, PETERS, SHEPERD, 2017).

Entretanto, ser empreendedor, tanto no Brasil quanto no mundo, não é modalidade de um grupo etário específico. Devido a falta de recursos financeiros para os mais jovens que estão começando seus negócios e a falta de políticas regulatórias e de incentivos, por parte do Governo, para os empreendedores 50+, alguns grupos etários possuem menos acesso a investimentos, políticas de tributação diferenciada, aposentadoria, entre outras, o que alguns autores já consideram esses sujeitos como um “grupo minorizado” (FERREIRA, 2012; COLLINS, BILGE, 2021). Analisando um cenário mundial, a faixa entre 25 e 35 anos representam os indivíduos em estágios iniciais de empreendedorismo. Em função das altas taxas de desemprego dos jovens em muitas economias, isso não é somente um problema econômico, mas social e político (GEM, 2017).

O termo “grupos minorizados” será utilizado e compreendido a partir das concepções de Ferreira (2012), que atualmente tem usado o termo sócio-acêntrico, com o sentido conceitual de segmentos sociais, étnicos, de orientação sexual e de gênero, dentre outros, que, independente da quantidade, têm pouca representação social, política e econômica (inserção no mercado de trabalho, ocupação de cargos de poder e outros) e tem como equivalentes históricos as expressões como minorias, grupos minoritários ou grupos minorizados.

Vale ressaltar que uma pessoa pode pertencer a mais de um grupo minorizado, isto representa à interseccionalidade uma concepção sociológica usada para descrever as sobreposições das relações de opressão e dos sistemas de discriminação existente na sociedade (COLLINS, BILGE, 2021).

Em suma, se faz importante ressaltar, dentro dessa nova área de estudos, que muitas questões ainda precisam ser investigadas neste campo de pesquisa. Isso inclui as diferenças entre empreendedores mais jovens e mais velhos; seus motivos e critérios de sucesso; o impacto de recursos financeiros, de conhecimento e outros no comportamento de risco; o papel das políticas governamentais em fomentar ou dificultar o empreendimento individual; e a importância das diferenças culturais entre os empresários mais velhos e estudos sobre os impactos dos fatores interseccionais (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; COLLINS E BILGE, 2021).

A pesquisa neste campo, atualmente, torna-se mais complexa pela interseccionalidade e uma multiplicidade de termos e definições, uma falta de dados relacionados à idade sobre diferentes grupos empresariais e os problemas inerentes à operacionalização do conceito de "empreendedor cinza" ou "grey entrepreneur" (AL-JUBARI E MOSBAH, 2021; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023). Portanto, a seguir, se faz necessário aprofundar, especialmente para este estudo, a interseccionalidade no campo do empreendedorismo 50+, pois, o próprio objeto de pesquisa é imbuído do conceito. A importância dessa discussão se torna ainda mais relevante no momento que emergiu em campo diversos olhares interseccionais dos sujeitos entrevistados para esta tese.

2.6 INTERSECCIONALIDADE NO EMPREENDEDORISMO 50+

Essa seção do referencial teórico nasceu após incursão no campo e finalização das entrevistas, por conseguinte, foi necessário revisitar o referencial teórico para dar subsídios à análise dessa tese. De fato, surgiram muitos discursos dos empreendedores 50+ periféricos, abordando sobre desafios e obstáculos encontrados nesse ecossistema que se mesclam a diferentes marcadores interseccionais de gênero e raça.

O conceito representa uma perspectiva necessária, especialmente para este estudo, e para entender que na sociedade existem diversos sistemas de opressão, que podem ser de idade, gênero, orientação sexual, raça ou etnia, e estes se cruzam e se sobrepõem. A interseccionalidade tem o poder de catalisar novas interpretações sobre trabalho, família, reprodução e constructos sociais, e portanto, trata-se de uma abordagem para entender a vida e comportamento humano enraizados nas experiências e lutas de um grupo de pessoas privadas de direitos (SARAIVA, IRIGARAY, 2009; ROCHA, 2020; COLLINS, BILGE, 2021).

A autora Crenshaw (2002), jurista, acadêmica e mulher negra, quem começou a cunhar o termo na Academia, a partir de 1989, sinaliza que a interseccionalidade busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Desta forma, no cruzamento dos eixos de poder (raça, gênero e classe) é possível localizar socialmente esses sujeitos, como por exemplo: as mulheres negras e invisibilizadas (CRENSHAW, 2002). Portanto, também podemos entender a interseccionalidade como uma metáfora de uma rua onde

as vias são os eixos de poder e justamente o cruzamento entre elas é onde reside o conceito (CRENSHAW, 2002; 2004). Portanto, não existe uma hierarquia entre os eixos de poder, porque a interseccionalidade não encara de forma hierárquica, todavia de forma articulada (DANA, VOROBÉVA, 2021). E o termo é ainda mais complexo de se analisar no sentido de que um mesmo marcador social pode agir de diferentes formas no contexto de vida de sujeitos, que possam fazer parte de um mesmo grupo. Os impactos sempre serão diferentes nos sujeitos, pois as realidades e as intersecções nunca serão as mesmas. Ela é situada (COLLINS, BILGE, 2021).

Os empreendedores de grupos minorizados formam subdivisões diversificadas em termos de idade, gênero, origens étnicas e sociais, distribuição geográfica entre outras, o que reforça que a análise desse estudo deve seguir essa vertente e o fenômeno deve ser enxergado sob a lente da interseccionalidade (SUBRAMANI, 2020; COLLINS E BILGE, 2021). Por exemplo, a OCDE (2019) congrega comunidades de mulheres, jovens, idosos, desempregados e imigrantes minorizados.

Apesar dessa diversificação, é possível identificar duas características para o grupo de empreendedores minorizados: são considerados minorias dentro de uma comunidade mais ampla; e/ou não pertencem a um perfil de “empreendedor convencional”, como é o caso de mulheres, jovens, idosos e negros (MAZZAROL, 2021). Ainda assim, o conceito é fluido, dinâmico e relacional porque permite diferentes interpretações a depender do contexto, do caso e do período histórico de avaliação (DANA, VOROBÉVA, 2021).

O papel derivado do trabalho constitui um componente importante na estruturação das identidades pessoais e sociais dos indivíduos e Dubar (1996), assinala que os grupos profissionais tendem a produzir seu código informal, suas regras de seleção, seus interesses e sua linguagem comum, configurando a importância do exercício de um papel profissional na construção do autoconceito e na determinação da ação por parte dos indivíduos. E quando estes não se enquadram, podem negar a si mesmos como forma de sobrevivência e aceitação em um determinado ambiente, o que chamamos de fenômeno do “embranquecimento social” (CARONE, 2012).

Para o caso de empreendedores, o exercício do papel empreendedor e dos relacionamentos sociais são considerados centrais para a compreensão da sua autorrepresentação empreendedora e da estruturação da ação por parte deles. Na perspectiva de influência social nas atividades empreendedoras, pesquisas como as de Fairchild (2009) visam compreender como fatores

geográficos, étnicos e de grupo interferem no comportamento empreendedor. Numa perspectiva crítica, a construção de discussões sobre o perfil empreendedor é considerada a partir de questões do ambiente social e do histórico de vida individual das pessoas, nas quais a motivação para empreender é construída. Sendo assim, a decisão de empreender não nasce de uma característica individual, mas de uma série de variáveis que influenciam os indivíduos nesse processo (MUSTERD, 2005; FAIRCHILD, 2008).

Ainda, os autores Verver, Passenier e Roessingh (2019), destacam que a singularidade do empreendedorismo de minorias deve ser investigada a partir do contexto social no qual ele se insere, seu conjunto de circunstâncias e suas esferas de interação. Sendo assim, este estudo busca compreender o empreendedorismo através da perspectiva deste grupo de recorte geográfico que é influenciado por dois importantes marcadores sociais: empreendedor, 50+, além de considerar os marcadores interseccionais de gênero (mulheres) e de raça (negros e pardos), que se adicionam na construção dessas percepções e subjetividades.

No âmbito da análise de gênero, a interseccionalidade permite um olhar mais crítico para compreender como se dá a construção das identidades consideradas “subalternas”, impostas a preconceitos, subordinações de gênero, de classe e de raça (AKOTIRENE, 2018). Sendo assim, esta tese pretende contribuir com essa nova linha do conhecimento ao propor uma análise interseccional das diferenças e a situacionalidade da pesquisa em um contexto periférico. Assim, ao analisar as dificuldades no dia a dia de mulheres empreendedoras pretas 50+ na Baixada Fluminense, entende-se que outros marcadores sociais da diferença podem estar articulados ao gênero, a exemplo da raça e da localização, da idade e por ser um contexto periférico. Por isso, a importância do olhar interseccional. Em outras palavras, entende-se aqui que ao fazer o recorte de gênero, as mulheres não compõem uma categoria universal (Piscitelli, 2002), por isso, a importância de localizar socialmente as mulheres empreendedoras 50+ que este estudo abarca e suas especificidades e realidades.

Dentro dessa perspectiva, Vale (2014) acrescenta que o olhar interseccional no empreendedorismo de mulheres negras e periféricas, também, demonstra que esse fenômeno ainda é enxergado, por esses sujeitos participantes e pela sociedade, sob condição de sobrevivência e de inserção social. O empreendedorismo é apresentado ainda como uma solução para uma série de situações vividas pelas mulheres, tais como a necessidade de flexibilizar trabalho e

vida pessoal. É visto como uma alternativa à cultura masculinizada e patriarcal de grandes organizações. Pois, o normatizado é considerar o homem como principal figura empreendedora de sucesso e a mulher que chega ao sucesso é considerada uma “exceção à regra” (ALMEIDA, DIAS, SANTOS, 2021; BRUNI, 2006). Esses negócios nascem e crescem seguindo o contexto da falta de oportunidades no mercado, que leva ao empreendedorismo como uma das possíveis alternativas para re-existir no contexto ocupacional (VALE, 2014).

Entretanto, nos últimos anos, os negócios liderados por mulheres contribuíram substancialmente para à inovação do contexto empreendedor (RME, 2019). Por outro lado, tais conquistas são invisibilizadas pela influência ideológica sobre as descrições normativas de gênero, que contribuem para a reprodução de estereótipos que buscam interpretar ou explicar esses reconhecimentos, minimizando esses resultados, como se esses negócios liderados por mulheres fossem de segmentos com menos valia, com menos impacto em relação ao padrão normatizado (ALMEIDA, DIAS, SANTOS, 2021; MARLOW, 2014). Para esses sujeitos resta buscar a emancipação e liberdade dessas relações de poder em que estão inseridas, através da luta coletiva, o que significa inclusive, libertar-se de si mesmo, a partir da melhor compreensão de como se constitui sua própria existência (SANTOS, 2019; BERTH, 2019).

Aliado a este fato, o Brasil como um País múltiplo de culturas e miscigenado, é importante enxergar esse fenômeno sob a lente de análise da teoria da raça. A identidade negra é caracterizada, ao longo dos anos, no Brasil, por uma trajetória de desigualdade social, preconceito e discriminação, principalmente entendendo que os sujeitos dessa pesquisa são empreendedores periféricos, sendo eles homens ou mulheres (RESENDE, MAFRA, PEREIRA, 2018).

Discutir raça, para Hall (2003) e Teixeira (2021), é compreender como a construção política e social de marcadores sociais, a exemplo da cor da pele, da textura dos cabelos ou mesmo das expressões culturais, constituem, inclusive, o mercado de trabalho. Sabe-se também que ela é uma realidade como construção social (GUIMARÃES, 2003; MUNANGA, 2004b). Em relação à interseccionalidade, é importante entender que não é a cor da pele que localiza a diferença, mas como em determinada localização geográfica essa característica ganha contornos partir das relações de poder, o que vem a desdobrar em discriminações e desigualdades. Dito isso, aponta-se a necessidade de situar e contextualizar os marcadores sociais, assim saber articulá-los (CRENSHAW, 2002; COLLINS E BILGE, 2021).

De acordo com Arman (2015) e Berth (2019), o empreendedorismo no Brasil, a partir da perspectiva da população negra, pode ser compreendido como estratégia de sobrevivência e/ou de inserção social. A partir destas proposições de Arman (2015) é possível compreender que o empreendedorismo, para a população negra, foi um fenômeno que acompanhou esse grupo social desde o início de seu processo de escravização no país. O autoemprego e a informalidade sempre foram realidade para grande parte da população negra (PAIXÃO, 2003).

Segundo o GEM (2018), a taxa de empreendedores no Brasil, em 2017, foi de 36,4%, sendo que os empreendedores negros (38,8%) ficaram ligeiramente à frente dos brancos (32,9%). Entretanto, quando se analisa os rendimentos, a maioria dos empreendedores negros (52%) recebem até 2 salários-mínimos, enquanto, para os brancos, esse percentual cai para 36%. Outras constatações evidenciam que os empreendedores negros empregam menos pessoas e faturam menos do que os brancos. Estes últimos empreendem mais por oportunidades (70%) do que os negros (54%).

De acordo com dados do SEBRAE (2015), a partir dos dados processados pelo IBGE utilizando a PNAD de 2013, 91% dos negros empreendedores possuem negócios de um dono só e apenas 9% são empregadores, enquanto nos declarados brancos essa diferença é reduzida substancialmente para 78% que trabalham por conta própria e 22% que são empregadores. A mesma pesquisa demonstra que do total de empregadores em 2013 em nosso país (3,6 milhões) 68% são brancos, 30% são negros (incluindo pretos e pardos) e 2% são de outros grupos sociais.

Em suma, no contexto empreendedor, os estudos baseados na interseccionalidade contribuem para o reconhecimento de que idade, raça class e gênero estão diretamente relacionados à facilidade ou dificuldade de acessos existentes nesse ecossistema. A abordagem interseccional aplicada aos estudos sobre empreendedorismo, e em especial, para o empreendedorismo 50+, vai além da perspectiva individualizada e situacional. É avançar na compreensão das múltiplas identidades e complexidades sobre o que significa ser empreendedor nesta condição (TEIXEIRA, 2021).

3. METODOLOGIA

O estudo foi conduzido para uma abordagem qualitativa. A abordagem qualitativa é bastante indicada para estudos que objetivam apreender percepções, olhares, sentimentos, motivações e atitudes, informações de caráter subjetivo (VERGARA, 2005; GIL, 2008). Pois, o interesse principal desse estudo é entender as percepções desse empreendedor 50+ quanto aos mecanismos de apoio presentes na região da Baixada Fluminense, com ênfase na região de Duque de Caxias. Por outro lado, também se faz necessário ouvir os representantes dos programas de apoio presentes, apreender suas pautas de fomento ao empreendedorismo e verificar se realmente são inclusivas e atendem ao público em foco. Após essa etapa, será feito um estudo comparativo com os resultados obtidos em pesquisas no município do Rio de Janeiro.

As pesquisas qualitativas são menos estruturadas, proporcionam um relacionamento mais longo e flexível entre o pesquisador e o sujeito, e lidam com informações mais subjetivas, amplas e com maior riqueza de detalhes do que os métodos quantitativos (VIEIRA; ZOUAIN, 2004).

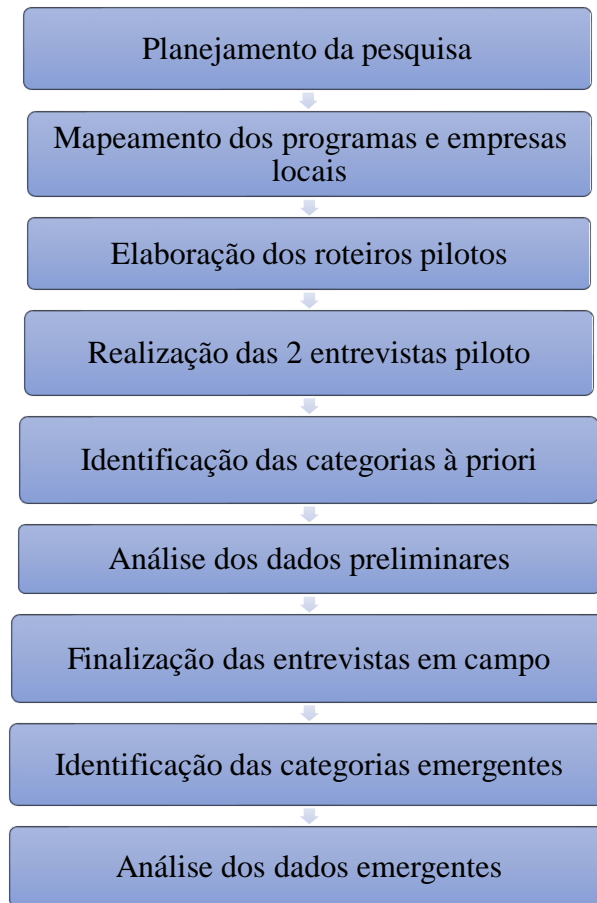
Portanto, foi aplicado um roteiro semiestruturado, primeiramente com 15 empreendedores da região da Baixada Fluminense, indicados pelos próprios mecanismos de apoio (como, Representação Regional da FIRJAN em Caxias e SEBRAE), mídias sociais, comunidades específicas no Facebook e Instagram ou por indicações locais. Ao mesmo tempo, que um outro roteiro previamente elaborado será aplicado com os gestores dos programas de apoio, definidos como os principais da região.

Nesta etapa, segundo Minayo (2002), normalmente, utiliza-se como instrumentos de coleta de dados a própria entrevista. A elaboração do roteiro semiestruturado da pesquisa qualitativa foi baseado em pesquisa anterior realizada por Balog (2019), em sua dissertação sobre o tema com o título “Empreendedorismo na terceira idade: um estudo exploratório sobre os programas de apoio e capacitação no município do Rio de Janeiro”. Pois, ao final, o objetivo é confrontar ambos resultados para entender as diferenças dos ambientes de negócios e pauta dos programas de apoio, desafios e necessidades dos empreendedores 50+.

Na etapa inicial da pesquisa qualitativa foi realizado: planejamento da pesquisa; mapeamento dos programas e empreendimentos locais; elaboração dos roteiros; realização de pré-teste dos roteiros para qualificação (1 empreendedor local e 1 representante de programa local); validação

dos roteiros; pesquisa em campo; análise dos dados; apresentação dos resultados, como mostrado na Figura 4.

Figura 4- Caminho Metodológico da Pesquisa



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Nesse sentido, foram utilizados na operacionalização da técnica os seguintes procedimentos: contato com participantes, primeiramente por e-mail, com intuito de apresentar a pesquisa e convidá-los para fornecer a entrevista; envio do termo de consentimento por e-mail; agendamento das entrevistas; realização de todas as entrevistas, se possível, presencialmente e, por fim, gravação dessas entrevistas devidamente autorizadas pelos entrevistados.

Para a análise dos dados foi utilizada a análise de conteúdo elaborada por Bardin (2016), que é composta por três etapas básicas: a) pré-análise; b) exploração do material e c) tratamento de dados e interpretação. A pré-análise consiste na seleção do material e definição dos procedimentos a serem seguidos. Já a exploração dos materiais refere-se à implementação desses procedimentos e o tratamento diz respeito à geração de inferências e dos resultados da investigação.

Cabe reforçar que a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o fenômeno estudado, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir premissas. Assim, dentro desses preceitos, esta pesquisa envolverá levantamento bibliográfico ou documental/digital e entrevistas em profundidade com pessoas dos órgãos selecionados e empreendedores 50+ (GIL, 2007). As instituições de fomento ao empreendedorismo no Rio de Janeiro selecionadas foram o SEBRAE pela atuação local, sendo o principal órgão de apoio ao tema pesquisado no Estado e a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, através de sua Representação Regional, localizada em Caxias. Durante a trajetória desta pesquisa, surgiu a oportunidade de entrevista com a gestora de Comunidades do SEBRAE no Rio de Janeiro, no qual foi possível ter um panorama melhor das ações estaduais voltadas para o empreendedor 50+.

3.1 DELIMITAÇÃO DOS SUJEITOS

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas e em profundidade com os sujeitos da pesquisa, a saber: 3 gestores dos programas de apoio; e 15 empreendedores 50+ na região da Baixada Fluminense, com ênfase em Duque de Caxias, a fim de que os respondentes possam expor ao máximo suas percepções sobre o tema. Foram construídos 2 roteiros (gestores, empreendedores). Os dados qualitativos vieram da percepção dos mesmos frente as oportunidades e desafios ao empreender e criação de categorias emergentes para análise.

3.2 SELEÇÃO DOS SUJEITOS

As entrevistas foram realizadas em diferentes locais, dependendo da disponibilidade dos entrevistados, como: por videoconferência, na casa dos entrevistados, em empresas, universidade e até no próprio ambiente de trabalho. Em princípio, com o roteiro base, realizou-se entrevistas

com duração média entre 40 minutos e uma hora. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, gerando o *corpus* dessa pesquisa.

Os empreendedores foram selecionados primordialmente seguindo os critérios de: faixa etária, de indicação dos programas em foco, de tempo de empresa, de experiência com algum tipo de capacitação empreendedora e pela cadeia de referência. Além disso, as indicações também surgiram dos próprios programas de apoio a empreendedores que fizeram parte dessa pesquisa, como SEBRAE local e representação regional da FIRJAN nas Baixadas I e II. Segue na Tabela 2, o perfil sociodemográfico dos sujeitos entrevistados:

Tabela 2: Perfil dos sujeitos entrevistados

Entrevistado	Formação	Sexo	Cor	Setor	Organização	Idade	Cidade
E4	Bacharelado em Administração de Empresas	M	Branca	Casa lotérica, postos de gasolina, Construção Civil.	Privada, microempresa	63	Caxias
E5	Bacharelado em Gestão de projetos	M	Branca	Comércio	Privada, microempresa	70	Caxias
E6	Bacharelado em Marketing	M	Branca	Comércio/Varejo	Privada, microempresa	65	Caxias
E7	2º grau completo	F	Preta	Comércio/Jóias	MEI	63	Caxias
E8	Bacharelado em Administração	M	Pardo	Comércio/Metalurgia e Vidros	Privada, microempresa	53	Nova Iguaçu

E9	Pós-graduação Design de Interiores	F	Branca	Gastronomia	Privada, microempresa	52	Nova Iguaçu
E10	Graduação incompleta	M	Branca	Gastronomia	Privada, microempresa	50	Caxias
E11	Bacharelado em Marketing	F	Branca	Serviço/Gastr onomia	MEI	50	Caxias
E12	1º grau incompleto	F	Preta	Comércio/Ar tesanato	MEI	61	São João de Meriti
E13	Ensino médio completo	F	Preta	Serviço/Alim entos	MEI	55	Caxias
E14	Bacharelado em Pedagogia	F	Pardo	Educação/Ser viço	Privada, microempresa	74	Caxias
E15	Pós-graduação em Educação	F	Branca	Serviço/Saúd e	MEI	59	Caxias
E16	Ensino médio completo	F	Preta	Comércio/M oda	MEI	50	Caxias
E17	Graduação incompleta	F	Preta	Comércio/M oda	MEI	52	São João de Meriti
E18	2º grau incompleto	F	Preta	Comércio e Serviço/Salã o de Beleza	MEI	53	Caxias

Fonte: Informações produzidas na pesquisa de campo (2022).

Devido a boa receptividade das entrevistas, tanto do empreendedor quanto do gestor do programa em foco, seguiu-se a estratégia de entrevistas em profundidade.

3.3 PRODUÇÃO DO *CORPUS* DA PESQUISA

O método utilizado para a produção do corpus da pesquisa foi o método de entrevistas individuais, semiestruturadas e em profundidade. As entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, onde o entrevistado tem a liberdade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador segue o roteiro de entrevistas, previamente desenhado, mas isso é feito em um ambiente e segue o ritmo de uma conversa informal.

É importante, que o entrevistador saiba o momento certo de interferir no discurso, quando precisar aprofundar alguma questão para aprofundamento que venha de encontro ao objetivo de pesquisa. Deve-se inserir perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras, no caso do informante fugir do tema ou quando o entrevistador perceber dificuldades em seguir com a proposta. Essa modalidade de entrevistas é indicada para pesquisadores que desejam ser mais objetivos e focar nos objetivos de pesquisa, evitando assim grandes volumes de informações que não serão aproveitadas posteriormente (BONI, QUARESMA, 2005).

Para a presente pesquisa utilizou-se como instrumento de produção do corpus da pesquisa um roteiro piloto semiestruturado de entrevistas que foram gravadas e transcritas, e foram previamente analisadas neste documento. Durante a experiência em campo foram feitas as devidas adaptações ao roteiro conforme necessidade da pesquisa e novos achados em campo, utilizando a mesma metodologia. A análise dos dados foi de conteúdo (BARDIN, 2016) dentro de uma perspectiva interpretativista, pois o comportamento humano não pode ser descrito e muito menos explicado com base em suas características exteriores e objetiváveis (LEVY, 1981; SANTOS, 2002; SCHWANDT, 2006). Essa perspectiva é aderente a esse estudo, porque lança mão de métodos de investigação e critérios epistemológicos diferentes dos tradicionais utilizados nas ciências naturais, ou seja, os quantitativos, a fim de se obter um conhecimento intersubjetivo, descritivo e compreensivo (SCHWANDT, 2006).

Todos os entrevistados foram informados do sigilo de todas as informações e que suas identidades seriam preservadas, além da assinatura de termo de entrevista.

3.4 CATEGORIAS DE ANÁLISE *À PRIORI*

A construção das categorias de análise *à priori* emergiram do fenômeno em questão, da pergunta e dos objetivos desta pesquisa, já que decidiu-se fazer uma entrevista piloto com os roteiros propostos (Apêndice 1 e 2). As entrevistas piloto foram realizadas em 2020 e 2021, de forma remota pela plataforma ZOOM no período pandêmico, com 1 empreendedor 50+ e 1 representante de programa de apoio. Vale ressaltar que as categorias *à priori* são aquelas que surgem e se evidenciam no referencial teórico, diferentemente das categorias emergentes, oriundas da pesquisa de campo, resultado das entrevistas e do senso comum (NAVARRO E DIAZ, 1999; KELLE, 2015), como mostra-se na Tabela 3.

Tabela 3: Categorias de análise *à priori*

Categorias	Definição Constitutiva	Definição Operacional	Perguntas do roteiro
Motivação empreendedora	A decisão de criar uma empresa é influenciada por um vasto conjunto de fatores. Estes podem estar relacionados com o ambiente onde os indivíduos se encontram inseridos ou com outros fatores inerentes ao	Estímulo ambiental, educação, características do sujeito, desemprego, empreendedorismo por necessidade, empreendedorismo por oportunidade	Quando decidiu empreender e por quê? Você caracteriza por necessidade ou por oportunidade

	<p>indivíduo (VALE, 2015; FRIEDMAN, 1986; FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010).</p>		
<p>Busca por apoio e conhecimento</p>	<p>No Brasil, as políticas públicas estão mais focadas na diminuição das barreiras para a atividade das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs) já estabelecidas e não na promoção do empreendedorismo inovador de alto impacto (SARFATTI, 2013).</p>	<p>Negócios consolidados, negócios nascentes.</p>	<p>Começou com capital próprio ou de terceiros? Você buscou ajuda quando iniciou seu negócio? Você se capacitou em algum programa para empreendedores? Como Sebrae, FIRJAN, etc?</p>
<p>Desafios para empreender localmente</p>	<p>O empreendedor de alto impacto necessita de um ambiente regulatório mais favorável, com políticas de estímulo tais como: fomento da cultura e educação empreendedora;</p>	<p>Busca por investimentos, capacitação empreendedora, discriminação, ambiente regulatório, fomento à inovação.</p>	<p>Que dificuldades / obstáculos tem enfrentado hoje? Como tem tentado ultrapassar esses obstáculos? Como você enxerga seu negócio no futuro?</p>

	desenvolvimento de incubadoras e venture capital (investidores de risco); programas de fomento à inovação (P&D) e programas de incentivo à internacionalização (SARFATTI, 2013).		
--	--	--	--

Fonte: elaborado pela autora (2021).

3.5 CATEGORIAS DE ANÁLISE EMERGENTES

Após a coleta de todos os dados em campo, as transcrições foram inseridas no software ATLAS.ti. Com a utilização do software, os dados foram tratados e devidamente classificados, o que evidenciou as categorias emergentes desse estudo, o que confirmou quase em sua totalidade os dados preliminares já apontados nas categorias *à priori*. A codificação dos documentos primários, no ATLAS.ti, envolve ações como conceituar e reduzir dados; elaborar categorias, a partir de suas propriedades, relacionando-as ao fenômeno investigado. Para isso, recorreu-se à codificação aberta, axial e seletiva (STRAUS E CORBIN, 2008; CORBIN, 2017; COSTA, ITELVINO, 2018).

Durante as fases de codificação, três análises foram fundamentais: (1) busca de significado (descoberta de uma nova propriedade que definiu e deu significado ao fenômeno investigado); (2) realização de comparação teórica (quando a nova propriedade contribui para a identificação de uma nova categoria conceitual do fenômeno investigado); (3) realização de comparação incidente–incidente (quando a nova propriedade descoberta é associada a uma categoria conceitual já existente, aumentando sua fundamentação). Em relação ao momento de saturação teórica da pesquisa, após os ciclos de codificação (aberta, axial e seletiva), a realização dessas fases de análise

foram fundamentais para evidenciar que, no retorno aos dados brutos, não foram identificadas novas propriedades ou categorias com poder de explicação relevante (COSTA, ITELVINO, 2018; CORBIN, 2017).

Na codificação seletiva, por sua vez, foi identificada a categoria central do fenômeno, ou seja, aquela que assumiu ponto de centralidade, na visão de rede, sendo o receptor do maior número de vínculos (maior densidade): “is associated with”; “is property of”; “is context for”; “is intervening condition for”; “Is strategy for”; “is causal condition for”; e “is consequence of” (COSTA, ITELVINO, 2018). Os dados brutos foram convertidos em uma representação de conteúdo com foco em constructos de pesquisa (BARDIN, 2016). Desta forma, foram geradas três categorias, alinhadas com as categorias à priori deste estudo: (1) Motivação Empreendedora, (2) Busca por apoio e conhecimento e (3) Desafios para empreender localmente, (4) Aspectos interseccionais de gênero e raça (Tabela 4).

E neste momento do estudo com o apoio do software, foram identificadas as subcategorias das categorias centrais, ou seja, as que representam o nó de origem dos vínculos citados visando contemplar as principais barreiras e quais estratégias para superá-los (Tabela 4). Algumas subcategorias emergiram em campo somente após a finalização de todas as entrevistas e apresentam-se na Tabela 3 em negrito afim de enfatizar os novos achados.

Para contextualizar esta tese, apresenta-se na Tabela 5 os dados sociodemográficos dos 15 entrevistados. Usando a média aritmética, destaca-se que a idade média é de 58 anos, que as mulheres são a maioria dos entrevistados (10 no universo de 15 entrevistados) e têm um nível de escolaridade mais baixo, destoando da média nacional, a maioria tem pelo menos ensino superior (ID_BR, 2020), e o ramo de atividade predominante é o de Serviço. É importante observar que alguns participantes apresentaram mais de uma barreira, os aspectos cognitivos foram predominantes e a afetividade influenciou os sentimentos negativos, principalmente no caso das mulheres 50+ empreendedoras pretas.

Tabela 4: Categorias de análise emergentes

Categorias	Subcategorias	Perguntas do roteiro
------------	---------------	----------------------

<p>Motivação e estímulo para os empreendedores 50+</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estímulo ambiental - Desemprego - Empreendedorismo por necessidade e/ou por oportunidade 	<p>Quando decidiu empreender e por quê?</p> <p>Você caracteriza por necessidade ou por oportunidade?</p>
<p>Acesso ao ecossistema empreendedor: busca por apoio e conhecimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão do Tempo - Falta de conhecimento sobre os possíveis mecanismos de apoio local. - Defasagem educacional 	<p>Começou com capital próprio ou de terceiros?</p> <p>Você buscou ajuda quando iniciou seu negócio?</p> <p>Você se capacitou em algum programa para empreendedores? Como Sebrae, FIRJAN, etc?</p>
<p>Desafios do empreendedor 50+ para atuar localmente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Busca por investimentos - Capacitação empreendedora inclusiva - Ambiente regulatório 	<p>Que dificuldades / obstáculos tem enfrentado hoje? Como tem tentado ultrapassar esses obstáculos?</p> <p>Como você enxerga seu negócio no futuro?</p>
<p>Empreendedorismo 50+: aspectos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ser mulher, preta e madura 	<p>Que dificuldades / obstáculos tem enfrentado hoje? Como</p>

interseccionais de gênero e raça	- Formas e estratégias de enfrentamento social.	tem tentado ultrapassar esses obstáculos? Você sentiu em algum momento discriminação por ter mais idade nesse mercado?
---	---	---

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com base nas categorias que emergiram em campo, na próxima seção é feita a análise de cunho interpretativa em relação às percepções desses sujeitos. Primeiramente, é apresentada a análise das falas dos representantes dos programas de apoio elencados neste estudo e mais representativos da região da Baixada I e II, e posteriormente, o objetivo foi aprofundar esse olhar para entender as perspectivas do objeto dessa pesquisa: os empreendedores 50+.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nessa seção serão apresentados a análise do *corpus* da pesquisa bem como o perfil dos sujeitos entrevistados. Pretendeu-se inicialmente com as entrevistas piloto “sentir” e validar os métodos de entrevistas e análise, assim como as categorias que seriam trabalhadas durante essa pesquisa. Em campo, muitos aspectos foram validados, com o teste do roteiro piloto, em comparação ao estudo anterior (BALOG, 2019) em questão no município do Rio de Janeiro, o que se confirmou em campo com a totalidade das entrevistas conduzidas para geração do *corpus* final deste estudo.

Os roteiros piloto para as entrevistas com os sujeitos “gestores dos programas” e “empreendedores 50+” foram mantidos para imersão no campo, exceto pela inserção de uma pergunta final no roteiro de perguntas para empreendedores 50+ sobre “Desafios”, sendo ela: “Se você pudesse ter hoje à disposição uma plataforma de apoio para o seu negócio, que tipo de apoio você gostaria ter? Networking com outros empresários e negócios, banco de fornecedores, capacitações, palestras,...? Essa pergunta foi inserida, principalmente, pela necessidade de entender mais a fundo quais mecanismos práticos poderiam auxiliar esses sujeitos no crescimento pessoal e de seus negócios, além de corroborar com as conclusões desse estudo sobre as implicações práticas e para o desenvolvimento de ações propositivas.

4.1 ANÁLISE DOS DADOS COM REPRESENTANTES DAS INSTITUIÇÕES

As entrevistas foram realizadas com gestores das instituições em evidência nesse estudo e com representações locais: SEBRAE na Baixada II e Representação Regional da FIRJAN na Baixada I, além da gestora de Comunidade do SEBRAE RJ. A escolha se deu pela maior proximidade do pesquisador com o corpo técnico da instituição e pela função do gestor, em relação aos objetivos deste estudo. A duração das entrevistas foi de aproximadamente uma hora e o método escolhido foi em profundidade (roteiro em Apêndice). A seguir, segue o perfil dos sujeitos entrevistados.

Tabela 5: Perfil dos sujeitos representantes dos programas de apoio entrevistados

Entrevista da	Formação	Atuação	Tempo de Empresa	Tipo de Organização	Idade	Município
E1 P.A	Administradora	Gestora da FIRJAN-RJ na RR Caxias	11 anos	Privada	41	Duque de Caxias
E2 P.A	Administradora	Representante da RR SEBRAE Nova Iguaçu	10 anos	Privada	30	Nova Iguaçu
E3 P.A	Administradora	Coordenadora de Comunidade do SEBRAE RJ	17 anos	Privada	52	Rio de Janeiro

Fonte: Informações produzidas na pesquisa de campo (2022).

Foram identificados alguns pontos de sinergia entre as falas de todos os gestores de programas entrevistados e as categorias emergentes elencadas nesse estudo. A única categoria que não emergiu nessa fase da pesquisa foi “Empreendedorismo 50+: aspectos interseccionais de gênero e raça”, apenas sendo elencada a questão de etarismo e adesão desse público em relação as metodologias aplicadas pelos programas. Também, observou-se que, mesmo com a ciência evidente do fenômeno do etarismo, não existe por parte dos programas de apoio, planejamento e planos futuros de implementação de metodologias mais direcionadas.

No âmbito da categoria “Motivação e estímulo empreendedor para os sujeitos 50+”, chamou a atenção uma afirmativa da gestora estadual do SEBRAE RJ (E3 P.A) de que a entidade já desenvolveu no passado, em 2021, um programa piloto experimental, de curso para empreendedores 50+, afim de entender melhor as necessidades desses sujeitos, a melhor metodologia a ser aplicada e questões relativas à defasagem educacional. Entretanto, após essa

experiência o órgão decidiu não continuar com curso direcionado e definiu seguir inserindo esses sujeitos nos programas de forma setorial. Também percebeu-se que o perfil dos empreendedores participantes não compactuam com zonas periféricas, o que denota outras necessidades e características de motivação empreendedora.

A experiência eles tinham, né? Das suas áreas de atuação, do que eles já tinham feito pela vida. Das suas próprias experiências pessoais. E o grupo que a gente pegou não era tão vulnerabilizado. Então tinha um capital pra investimento, sabe? Das aposentadorias ou reservas. Então também era diferente, era uma vantagem que vinha desses empreendedores assim. Então em termos de piloto, foram os nossos principais aprendizados. (E3 P.A)

A gente brinca que, o grupo do empreendedorismo prateado, a gente marcava cinco horas, vinte pras cinco tava todo mundo lá. A sala tava completa, todo mundo sentando esperando. Assim, não tinha um atraso. Era um povo assim: marcou, tá lá. O que você disse que vai dar, eles vão cobrar ali na hora, porque eles já sabem tudo, eles já estudaram antes, eles já viram. Então é um nível de envolvimento também, muito mais responsabilizado, né? (E3 P.A)

O discurso de E3 P.A corrobora com pesquisas de Hirisch, Peters e Shepard (2017), Vanzella, Neto e Silva (2011) e FGV (2018) de que os empreendedores 50+, por serem mais experientes no âmbito pessoal e profissional, possuem características apropriadas para o meio empreendedor, como disciplina, pontualidade, resiliência, equilíbrio emocional e poder de negociação. Essas características como Vale (2015) aponta não possuem relação com classe social ou localização geográfica.

Em relação á subcategoria “desemprego” não emergiu na fala das entrevistadas aspectos sobre aumento de demanda ou procura desses sujeitos aos programas de apoio. Já em relação a subcategoria “empreendedorismo por necessidade e/ou oportunidade” não ficou claro nas falas se um tipo de motivação se sobressai em relação à outra, mas fica subentendido nos discursos que o tipo de empreendedor que procura os programas de apoio são na maioria os empresários mais estruturados, com necessidades setoriais específicas e que, portanto, parece ser uma motivação construída, como defende Fairchild (2017) e Musterd (2005).

Eu acredito que a gente percebe, na verdade, a participação de empresários acima de 50 anos, principalmente nas nossas ações voltadas pros projetos estratégicos, digamos assim, que são esses setoriais que eu comentei, que no caso eu cuido da Moda, mas aqui na Regional a gente também tem Gastronomia, Petshop, o próprio Programa Delas, Sebrae Delas que a gente chama, que é o voltado pra empreendedor feminino. Então a gente percebe ali a participação desses empresários, desses empreendedores com essa faixa etária. (E2 P.A)

Muitas vezes o indivíduo, ele já tem um histórico, já consolidado de mercado, você consegue ter ali uma visão, se a gente for falar...Tudo bem que a gente pode falar: “*Ah, beleza*”, você precisa de algum sócio investidor, alguma coisa assim... Mas, por exemplo, uma linha de crédito, um fundo de aval, algo do tipo, muitas vezes é mais fácil aparecer, “entre aspas”, uma pessoa que já tem um bom tempo de empresa, que já tem um determinado histórico, que uma pessoa novinha que tá começando agora. (E1 P.A)

Esse fato pode indicar, também, que as representações regionais direcionam mais seus produtos e divulgações para os empresários setoriais que, de certa forma, já participam de ações e fóruns das entidades, deixando de fora os empreendedores que estão adentrando no ecossistema neste momento, em muitos casos, pela motivação de necessidade, como versa Carvalho (2009). Dentro da categoria “Acesso ao ecossistema empreendedor: busca por apoio e conhecimento”, a representante do SEBRAE RJ na Baixada II (E2 P.A) e FIRJAN (E1 PA) enfatizam durante entrevista que as formas de divulgação são direcionadas aos empreendedores ativos da regional e não em massa, o que pode dificultar o acesso a novos empreendedores.

Aceitamos qualquer empreendedor de qualquer idade. As trilhas de educação são formatadas para atender a todos. Elas são muito mais focadas no negócio em si e não na pessoa do empreendedor. É bem setorial mesmo. Toda a metodologia vem da sede (E1 P.A).

A divulgação aqui na Regional, ela acontece muito de forma direcionada e individual, digamos assim, porque os analistas têm ali os seus municípios correspondentes, então cada município aqui tem um analista responsável. Tirando Nova Iguaçu, que aí todos os analistas acabam atuando, mas cada analista aqui é responsável por um município. Então a gente acaba trabalhando com a nossa base de dados, com nosso cadastro e fazendo essa divulgação de forma individualizada, né? Mandando uma mensagem de WhatsApp ou um e-mail de forma individual convidando aquele empresário pra alguma ação que a gente esteja desenvolvendo, seja um edital, seja um evento, uma capacitação, uma consultoria, a gente acaba dando esse direcionamento de forma mais individual. As mídias aqui, e a gente basicamente só usa o Facebook, porque é uma determinação da casa, e o

Instagram a gente demanda pra área da comunicação caso a gente queira utilizar alguma coisa na mídia, ou fazer algum grande disparo aí de e-mail marketing, também é feito diretamente pela nossa comunicação. A gente aqui não pode fazer esses disparos em massa, só de forma individualizada mesmo. Então basicamente por isso que a gente acaba optando muito WhatsApp, que a gente consegue chegar de forma individual em cada um ou passa um e-mail de forma individual. Mas a grande maioria aqui, vou ser bem sincera, em questão de divulgação a gente acaba se prendendo muito ao WhatsApp, né? (E2 P.A)

Esses dados corroboram com estudo anterior de BALOG (2019) e se enquadram na subcategoria “Falta de conhecimento sobre possíveis mecanismos de apoio local”, pois os programas não fazem a seleção dos melhores “canais” para se relacionar com esses sujeitos e não diferenciam a comunicação por grau de maturidade dos empreendedores (VANZELLA, NETO E SILVA, 2011), apenas se atentam pelo segmento de atuação das empresas. Aliado a esses fatos, ainda existem “amarras” institucionais que impedem que as representações regionais tenham liberdade na gestão dessa comunicação, seguindo parâmetros definidos pelas sedes.

Sobre questões ligadas a “defasagem educacional”, na entrevista de E1 P.A fica mais claro que a regional atende a todos os pleitos de empresários locais e tipos de empresários, sendo eles MEI ao grande empresário, incluindo desta forma os diferentes níveis de instrução educacional. Contudo, ela não especifica os programas destinados a esses diferentes empreendedores. No caso de E2 P.A, ela novamente enfatiza que o filtro de atendimento aos empresários é setorial, e não existe uma preocupação no nível educacional. Por outro lado, ela cita alguns programas que são trabalhados na região e encontros de networking, enfatizando os segmentos mais procurados na região.

Ano passado, por exemplo, a gente fez encontro de networking no setor de moda. Ano passado a gente teve as nossas palestras, já retomando ali o movimento com os empresários, e aí as palestras variam de temática, normalmente a gente tenta fazer ali uma temática que dê pra abraçar todos os setores, pra que ninguém se sinta excluído. Claro que a gente acaba fazendo algumas coisas mais setoriais pelo nosso volume. Na Regional o nosso grande volume é a moda, a beleza e a gastronomia. (E2 PA)

É óbvio que atendemos todos os níveis de empresário. Muitos deles não tem terceiro grau completo, então temos um papel muito grande aqui de sermos consultores de negócio. Até ajudamos a escrever projetos para editais, mas esse geralmente é o industriário. (E1 P.A)

Esse discurso, mais uma vez, enfatiza que os órgãos apesar de entender as necessidades de nichos específicos, não age diferenciando o grau de entendimento em negócios dos participantes pensando numa melhor apreensão do conteúdo, o que pode “afastar” ainda mais esses sujeitos desses mecanismos de apoio e recursos (FERREIRA, 2012; SARAIVA, IRIGARAY, 2009; ROCHA, 2020) e deixá-los mais à margem desse ecossistema e, conseqüentemente, mais invisibilizados (COLLINS E BILGE, 2021; SUBRAMANI, 2020; DANA, VOROBEVA, 2021; MAZZAROL, 2021; OCDE, 2019).

Ao serem questionadas sobre a importância de diferenciação da metodologia e aplicação desse conteúdo, direcionado especificamente ao público sênior, questão presente na categoria “Desafios do empreendedor 50+ para atuar localmente”, as três gestoras entrevistadas afirmam que não há diferenciações, o que se assemelha aos achados em estudo anterior no município do Rio de Janeiro (BALOG, 2019).

Não existem ações direcionadas ao 50+, apesar de que a maioria do nosso Conselho Empresarial Regional é de empresários acima de 60 anos. Acho que a ótica da trilha oferecida pelo IEL é atender o maior número de empresas possíveis. A medição é a maturidade do negócio (E1 P.A).

Agora, não existe exatamente um programa no momento aqui na Regional direcionado para a terceira idade, para empresários acima dos 50 anos, enfim. A gente acaba na verdade atendendo de forma pulverizada, ou a gente buscando esse empresário pra poder tá participando ali dos editais, né? Porque, normalmente esses projetos setoriais, eles têm o apoio através de um edital. Sai um edital anualmente voltado ali pra aqueles setores, e aí a gente acaba buscando, ou eles acabam tendo acesso e se inscrevendo nesses editais. Esses editais, eles têm o subsídio do Sebrae, em sua maioria são subsídios altos, de quase 100%. Então, não existe exatamente um programa pra esses empreendedores, mas a gente percebe que existe sim uma grande procura desse público pras nossas ações, acredito eu, pela credibilidade de anos de Sebrae. Então eles acabam tendo ali uma confiança maior quando vai contratar uma consultoria, uma ação de mercado,

eles acabam buscando muito o Sebrae pela confiança, pelo tempo que o Sebrae já exerce essa função (E2 P.A).

Desta forma, percebe-se que a própria gestora E1 P.A demonstra uma demanda de apoio mais direcionado, quando afirma que “a maioria do nosso Conselho Empresarial Regional é de empresários acima de 60 anos”. O que poderia indicar uma necessidade de mudança estratégica nessa abordagem. Além disso, ela ainda enfatiza que a importância está na “quantidade de atendimentos”, o que pode demonstrar que as regionais são direcionadas em conteúdo pelas sedes e são avaliadas por métricas (número de atendimentos), e não por produtividade, o que agrava ainda mais os resultados mais direcionados e inclusivos desses programas.

Muito mais assim. A gente tinha essa percepção com eles. Aí a gente fez esse piloto, a nossa ideia era estender pra um projeto, mais acabou que a gente nunca conseguiu fazer um projeto assim mais estruturado, partir de quinze pra quinze mil, sabe? Eles continuam aparecendo muito nos nossos outros projetos. Então assim. Ah, eram mais mulheres do que homens. Então cada vez mais a gente foi aumentando a idade, dos empreendedores. Então a gente tem empreendedores prateados, mas nunca mais a gente teve um projeto só pra eles. Entendeu? (E3 P.A)

Em determinado momento da entrevista, no discurso de E3 P.A surgiu a afirmação de que “eram mais mulheres do que homens”, que vêm procurando os programas do SEBRAE RJ em todas as regionais e município. O que corrobora com dados recentes da RME (2019), GEM (2017; 2020), Anggadwita et. al (2021) e IBGE (2020) sobre o exponencial crescimento do público feminino empreendedor no Brasil, principalmente após à Pandemia, em relação ao masculino. As mulheres no Brasil abandonaram o mercado de trabalho, por conta dos inúmeros papéis que elas precisam se dedicar nos seus cotidianos (BALOG, ZOUAIN, 2022), e isso, consequentemente, se agrava ainda mais quando adicionados os “marcadores sociais”, mulher periférica e negra (ID_BR, 2020; RME, 2020; NASSIF, ARMANDO E LA FALCE, 2020). As mulheres, principalmente pretas, sendo elas a base da pirâmide empreendedora, segundo pesquisas do ID_BR (2020) e do RME (2019) sofrem mais na “pele” com esses sistemas de opressão e constituem o principal grupo minorizado nesse ecossistema (RESENDE, MAFRA E PEREIRA, 2018).

Novamente surge na fala de E2 P.A que o atendimento se faz de forma setorial e, em muitos casos, por demanda de editais de mercado. E pode ser entendido com “e aí a gente acaba buscando, ou eles acabam tendo acesso e se inscrevendo nesses editais”, que em muitos casos, a instituição que procura os empreendedores e não o movimento contrário. Novamente corroborando com a tese de que a comunicação e a divulgação dos editais, cursos, eventos, pode não estar chegando a todos os possíveis sujeitos desse ecossistema local e de forma inclusiva (BALOG, 2019).

Quando E1 P.A fala sobre a “maturidade do negócio”, esse discurso pode corroborar com o pensamento já citado de Vanzella, Neto e Silva (2011) que afirmam que empreendedores 50+ já acumularam experiências profissionais e de vida, e que mediante esse fato, os insere em outro patamar e nível de aprendizado. Esses indivíduos buscam contextos muito mais participativos e estratégicos.

A respeito das subcategorias “busca por investimento” e “ambiente regulatório” surgiram alguns relatos no discurso de E1 P.A de que independente da idade, os desafios são os mesmos para todos os empreendedores, como: falta de recursos, conhecimento de gestão e networking. Com base nos eventos locais de Rodadas de Negócios, feiras, cursos e reuniões dos Conselhos Empresariais, E1 P.A não expressou ter tido algum registro de fatos ocorridos no passado ou feedbacks negativos por parte dos empreendedores 50+ que comprovem dificuldades em relação ao etarismo ou questões de gênero.

Contudo, observa-se na fala de E2 P.A questões relacionadas a “ambiente regulatório” e “busca por investimentos”, além de citar o aspecto da defasagem tecnológica, o que se opõe, por exemplo, a pesquisas recentes do SEBRAE (2018) e GEM (2020), de que os empreendedores 50+ se mostram muito habilidosos com a tecnologia e com os negócios, tanto quanto os mais jovens. Esse fato pode se explicar pela questão do recorte geográfico desse estudo e por serem empreendedores ligados ao comércio, serviço e indústria.

Chamou a atenção, também, quando E2 P.A traz à tona que a grande maioria dos empresários 50+ que procura a instituição, possui muitas dificuldades em relação a gestão dos seus negócios (destacando-se as questões de controle financeiro), e as formas de comunicação, pois estão em diferentes níveis de instrução, e por esse motivo, os atendimentos costumam ser individualizados.

Estou na Representação há 11 anos e nunca tivemos nenhum relato do gênero. O que percebo é que os desafios para empreender na região não estão relacionados à idade, mas a incentivos fiscais, networking, estímulo à inovação. São os mesmos para qualquer empreendedor. (E1 P.A).

Então isso varia muito, vai de empresário pra empresário, mas se a gente olhar na grande maioria, por mais estruturados que a princípio deveriam ser, porque muitas vezes já tá há muitos anos ali na empresa, a grande maioria acaba apontando questões financeiras, desde controle financeiro a, realmente ali, ao capital de giro, e acesso à investimentos, enfim. Então, sem dúvida alguma, a parte financeira sempre é um apontamento. E dessa idade a gente também percebe muito a questão da limitação digital. Então, de como se inserir nesse mundo digital, de como trazer ali a empresa, sair só do físico e vir pro digital, até porque a pandemia exigiu isso de forma...(E2 P.A)

Que a gente já atendeu aqui empresários dessa idade que veio super bem informado, super bem orientado e a gente conseguia ali manter o nível de comunicação tranquilo nesse sentido. Mas se a gente for olhar para a grande maioria, pra maioria, não é o caso. A maioria ainda se, tem essas limitações, digamos assim. Então a gente tenta sempre adequar a fala, na verdade a gente adequa ao máximo a fala independente, da idade ou não, a gente sempre tenta adequar a fala ao máximo para aquele perfil do cliente. Eu falei, né? O atendimento individual, ele é mais tranquilo nesse sentido porque a gente consegue ali minimamente mapear ali as características daquele empresário. A gente vai conversando, vai tirando ali informação e a gente vai conseguindo entender até onde a gente pode ir com aquele empresário, e qual é o tipo de fala que a gente vai ter com aquele empresário. Mas no coletivo, por exemplo, aí a gente já tem que ter um cuidado maior, porque todos ali têm que sair com um conteúdo. Então no individual é mais fácil por isso, a gente consegue mapear com mais facilidade e no coletivo a gente tenta adequar ao máximo a fala pra que todos ali estejam dentro do mesmo nível de conhecimento. (E2 P.A)

Com a fala de E2 P.A se impõe um certo dilema para a própria instituição: será que a melhor forma de atendimento aos empreendedores 50+ seria de forma individualizada, pela questão de comunicação e direcionamento, e em contrapartida, tirá-los a oportunidade de interação e networking com seus pares e empreendedores de outros segmentos da região? Será que esses sujeitos se sentem participativos nesse processo efetivamente? Os autores NG e Feldman (2008), Hirisch, Peters e Shepard (2017) e Vanzella, Neto e Silva (2011), em suas pesquisas, mostram que o caminho mais assertivo para inserir esses sujeitos são em ambientes mais participativos, estratégicos e colaborativos.

Este pode ser mais um indicativo que confirma estudo anterior (BALOG, 2019) e estudo apresentado pelo SEBRAE (2017) e Centelha (2023) de que empreendedores do Rio de Janeiro, buscam menos ajuda dos órgãos oficiais e de entidades privadas para orientação e capacitação. Uma possibilidade é que eles não sintam que existam esses ambientes participativos de troca (VANZELLA, NETO E SILVA, 2011). O que pode explicar a falta de divulgação dessas ações ou pelo ecossistema de “troca empreendedora” enfraquecido pela Pandemia (IBGE, 2020; ANGGADWITA ET. AL, 2021), e pelo êxodo de empresas que o Estado vem sofrendo ao longo dos últimos anos.

Os resultados encontrados reforçam estudo anterior (BALOG, 2019) e o pressuposto de que não existe ainda uma cultura dentro desses órgãos oficiais que pense o empreendedorismo para o empreendedor 50+, consistindo numa possível e importante questão para o futuro. Além disso, percebe-se uma visão um tanto conservadora sobre o fenômeno em questão, apesar de E1 P.A confirmar que a maioria do empresariado local que participa das ações da RR Caxias é de empreendedores 50+. Esse fato faz contraponto com a fala de E2 P.A que afirma que a maioria dos empreendedores locais na Baixada II, que participam de projetos com foco em crescimento dos negócios, é na faixa etária de 30 a 35 anos, o que está aliado a estudos anteriores do próprio SEBRAE (2017) e o ambiente carioca.

Apesar dos relatos de E1 P.A e E2 P.A, constata-se na fala da gerente de comunidades do SEBRAE RJ, E3 P.A, que a instituição entende as necessidades desse nicho, em nível estadual, e possui planos futuros de lançamento de um primeiro produto com foco em informação mais direcionada e capacitação empreendedora à distância (cartilha).

O ALI Produtividade que é um foco realmente pra aumento de produtividade de faturamento ali das empresas, esse a gente percebe ai alguns empresários já com, acima de 50 anos. Não são muitos, mas a gente percebe ali a presença de alguns. Na verdade, se a gente parar pra pensar, o nível de faixa etária da galera desse programa tá a partir dos 30, 35 anos. (E2 P.A).

A gente teve um evento pro setor de beleza. Na segunda-feira pela manhã que foi no sindicato, foi no Sincovani, que deu mais de 50 pessoas. O auditório do Sincovani, ele comporta de forma confortável umas 80 pessoas, eram mais de 50 participantes, então deu um volume legal, um volume bom pro setor. Essa semana a gente vai ter mais um evento gratuito, quinta-feira, a gente vai ter um evento do

Mercado Livre. Quanto a questão de feiras, aqui na Regional a gente tinha o hábito antes da pandemia de fazer grandes encontros setoriais (E2 P.A).

Um dos projetos é lançar uma cartilha pra falar sobre empreendedorismo na terceira idade. Então quem tem mais de 60 anos e quer empreender deve se atentar ao quê, né? É um pouco pra isso. Falar um pouco sobre comportamento. Então o que você tem que se atentar no seu comportamento ao desenvolver, falar um pouco sobre modelagem, né? Então quais são as coisas e os aspectos que você tem que pensar e se organizar antes de você começar a empreender. Queremos dar um cenário mais real pra esse público (E3 PA)

Portanto, por ser um tema emergente não só para a Academia (ISELE & ROGOFF, 2014), mas também para as instituições de apoio, conclui-se que essa temática está sendo tratada pelas entidades de forma ainda muito tímida e com base em testes nesse mercado. Desta forma, é possível que esses *feedbacks* dos programas que se iniciam, darão contornos para futuras ações mais ativas com esses sujeitos, e espera-se que até respeitando os devidos marcadores interseccionais que esse fenômeno sugere (COLLINS, BILGE, 2021; SUBRAMANI, 2020).

Além da questão da idade desse empresário, também levantam-se nessa categoria questionamentos quanto ao cenário local e suas necessidades específicas. E1 P.A afirma que todo o conteúdo dos cursos e trilhas educacionais são fornecidas pela sede da empresa (município do Rio de Janeiro). Um outro ponto emergente que surge é: será que esse conteúdo foi formatado baseado nos desafios locais desses empreendedores 50+? Qual impacto isso causaria no aproveitamento desses sujeitos e no crescimento desses negócios?

Em relação à categoria “Empreendedorismo 50+: aspectos interseccionais de gênero e raça”, constatou-se apenas em uma das falas em E2 P.A, um trecho em que a gestora cita a intenção de criar programas mais com foco nas mulheres empreendedoras, porém sem distinção de faixa etária, questões setoriais ou aspectos referentes à raça.

Eu acho que a palavra chave, pelo menos eu posso falar pela Regional, a nossa palavra chave aqui é relacionamento. A gente quer tá o tempo inteiro do ladinho do empresário, quer ficar próximo ao empresário, entender as necessidades deles, por que não adianta a gente vir criar programas mirabolantes, lindos e maravilhosos se não servir pro empresário. Então, a gente aqui, pelo menos, tem muito o hábito, não só a gente, mas a casa como um todo, isso aí eu posso falar pela casa, o Sebrae como um todo, a gente tem muito o hábito de escutar os empresários antes de criar outros programas. Então a gente sempre vai ter alguns

momentos ali que a gente chama de escuta ativa, né? A gente junta ali um grupo de empresários, e entende ali o que que eles querem, o que que eles precisam, e aí sim a gente constrói em cima da fala deles, constrói em cima das necessidades e traz os programas pro mercado. Então, falando da nossa Regional, em específico, a ideia pelos próximos anos é continuar executando os programas já existentes, a não ser que esses programas em algum momento sejam descontinuados, mas, o que pode acontecer, né? Que aí de repente substitui por algum mais atualizado, isso é muito comum. Também estamos ouvindo muito pela demanda de atender as mulheres empreendedoras que nos procuram o tempo todo aqui (E2 P.A)

Deste pressuposto, abre-se uma pauta de pesquisa com uma temática de muitas frentes que é entender melhor o porquê da não realização dessas implementações locais, em relação a uma divulgação e abordagem metodológica criada mais direcionada aos empreendedores 50+, já que fica claro nos discursos que existe ciência por parte das entidades, que esses sujeitos possuem necessidades específicas, além do entendimento por parte dos representantes dessas organizações de que existem importantes marcadores interseccionais que coexistem (COLLINS E BILGE, 2021; SUBRAMANI, 2020; DANA, VOROBÉVA, 2021; MAZZAROL, 2021) e precisam ser considerados na elaboração de ações mais efetivas no futuro.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS COM OS EMPREENDEDORES 50+

A escolha dos entrevistados se deu através de indicações locais de empresários na região da Baixada I e II, com predominância em Duque de Caxias. As entrevistas foram realizadas em 2021 e 2022, e tiveram duração de aproximadamente 45 minutos a 1 hora cada, pela plataforma Zoom, devido à Pandemia, e posteriormente, algumas conversas ocorreram de forma presencial nas empresas dos entrevistados. A área de atuação dos entrevistados variou conforme o próprio potencial da região, como: Comércio, Construção Civil, Educação, Gastronomia e Serviços, todos com vasta experiência em seus mercados de atuação, assim como todos demonstraram experiência anterior na iniciativa privada.

Também é importante ressaltar nesse estudo, que as mulheres empreendedoras (10 mulheres e 5 homens) foram predominantes e as mais solícitas a prestar entrevista, assim como, possibilitou aprofundar questões em relação à “discriminação” de gênero e raça no roteiro de perguntas. Também chamou a atenção o grau de escolaridade dessas mulheres. Das 10 entrevistadas, 6 não possuem terceiro grau, o que difere das estatísticas de formação de mulheres em relação a homens no Brasil, destoando da média nacional (ID_BR, 2020), e 6 se declararam de raça negra e 1 parda, o que pode se explicar pela questão de localização geográfica e social, por esta pesquisa se concentrar em área periférica. Em relação à maturidade dos empreendimentos, elas também mostraram estar em fase mais inicial do que os homens entrevistados. Dos 15 entrevistados, 8 empreendedores são MEI's e 7 estão na categoria de Simples Nacional, sendo todos os homens empreendedores elencados neste estágio. A raça que predomina entre os homens é a branca (4 de 5 entrevistados).

Desta forma, neste estudo ficou evidenciado desafios desse grupo de sujeitos relativos à gênero e raça, o que possibilitou enxergar esse fenômeno interseccional sob outras “lentes” de análise (FERREIRA, 2020; SUBRAMANI, 2020; COLLINS, BILGE, 2021).

4.2.1 MOTIVAÇÃO E ESTÍMULO PARA OS EMPREENDEDORES 50+

Esta categoria concentrou-se em entender como esses sujeitos são “levados” a ação de empreender, as características ligadas ao perfil empreendedor que agem como facilitadores nesse

processo, o que defendem autores como Hirisch, Peters e Shepard (2017) e Vanzella, Neto e Silva (2011), além de aprofundar as motivações por necessidade e/ou oportunidade (FAIRCHILD, 2017; MUSTERD, 2005), e como elas influenciam essa etapa inicial desses negócios e nas etapas subsequentes.

Ficou novamente evidente, em relação ao estudo anterior de Gray e Smith (2020), Ferreira, Santos e Serra (2010) e Balog (2019), que fatores sociais e familiares, habilidades socioemocionais e técnicas, além do perfil desses sujeitos podem influenciar a escolha de se tornar um empreendedor, mesmo que esses sujeitos já tenham tido experiências prévias na iniciativa privada ao longo da vida. A maioria dos sujeitos entrevistados, ao contarem suas histórias de como começaram a empreender, narraram pontos que evidenciam esse fenômeno e ilustram a subcategoria “estímulo ambiental”, o que sugere-se nas falas de E4, E5, E11 e E18:

Mas na verdade eu sempre quis me arriscar...Eu sempre tive vontade de ter uma coisa minha. Encontrei um amigo de infância um dia e a gente começou a bater papo e resolvemos abrir um negócio juntos. Mas a primeira investida não deu muito certo. Quebramos em sete meses (E4)

Meu irmão me chamou pra montar uma loja, mas não deu certo. Era no mercado de financiamento de automóveis. Analisava fichas e aprovava ou não. Quatro anos depois meu outro irmão me chamou pra trabalhar na agência de automóveis dele. Eu adorava carros. Fui sócio dele por 21 anos. Agora estou há 13 anos no ramo de varejo com a Casa do Biscoito. Meu sonho era ser gerente de banco, mas não deu certo. Então eu vi que o empreendedorismo era um caminho, o comércio. Eu me encontrei na verdade. Você olhar pra trás e ver tudo que construiu é a melhor recompensa. Ajudar as pessoas, ver as coisas acontecendo. (E5)

Percebe-se em todos os discursos, que os estímulos ambientais, são uma conjuntura de fatores de caráter dialógico, como sustenta Gray e Smith (2020) e Ferreira, Santos e Serra (2010). São eles pessoais (influência da família, dos amigos), quando E4, E5, principalmente, narram que começaram os negócios por conta do amigo e irmão, respectivamente; sociais (quando o meio interfere nos processos).

Eu sempre gostei de Gastronomia também e Moda, né? São coisas que eu sempre gostei muito. E aí, aconteceu que no aniversário de 3 aninhos do meu filho mais novo, eu resolvi fazer a festa dele toda. Resolvi fazer tudo sozinha. E aí, eu já tava, na verdade, até um pouquinho antes, eu comecei a fazer um curso de

Gastronomia. Porque, na época, a gente estava trabalhando com cantinas escolares. Meu marido e eu. E aí teve uma situação que eu falei pra ele: *“Márcio, nós temos um negócio que não é nosso, porque tá dentro de uma escola e que a gente sabe que, não sei, mil coisas podem acontecer, né?”*. Não tinha uma segurança. E aí, como eu já gostava muito de Gastronomia também, eu fui fazer um curso, e foi quando eu resolvi fazer o aniversário do meu filho. Só que eu resolvi fazer tudo. Eu fiz decoração, fiz o buffet, fiz bolo, fiz doces, fiz tudo. E no aniversário dele as pessoas ficaram encantadas e falaram: *“Cris, como é que você não trabalha com isso? Você tem que trabalhar com isso”*. Logo depois, um amigo que estava no aniversário me fez um convite pra fazer um almoço pra 300 pessoas. (E11)

Então, eu acho que eu tenho esse sangue empreendedor na veia, né? Minha mãe era comerciante, tinha um bar na nossa casa, na frente, uma loja, que é onde eu resido. Eu sou nascida e criada aqui no mesmo local. Agora que eu, daqui uns 6 meses é que eu devo me mudar daqui. Mas, enfim. Eu sempre vendo minha mãe, e eu acho que eu herdei isso dela. Sempre vendo ela no comércio, meu pai também era comerciante, enfim. Eu acho que eu herdei isso da família, e enfim. Eu sempre gostei de trabalhar com público, com vendas, enfim. (E16)

Eu não gosto da mesmice, e você ficar estabilizada, limitada a um salário do sindicato, ao salário da classe, nada mais além disso, é só exploração. E eu via que o outro lado eu sabia fazer, eu gostava de fazer e eu tinha como progredir. Então, foi uma escolha ir para o empreendedorismo. Tanto que eu levei quase 9 anos pensando, avaliando pra poder fazer essa mudança (E18)

No caso de E11 e E16, quando estes contam que um evento específico culminou na decisão de empreender, trata-se de uma motivação estruturante (quando habilidades e características empreendedoras estão presentes nesses sujeitos), o que também se apresenta na fala de E18 quando esta expressa que sempre teve o desejo de empreender por sentir a necessidade de trabalhar em um ambiente de transformações e novas oportunidades (HIRISCH, PETERS E SHEPARD, 2017).

Ainda o que diz respeito à motivação e estímulos, emergiu em campo a subcategoria “desemprego”, com 6 relatos, principalmente de mulheres. Essas falas demonstram como as empreendedoras mulheres estão mais propensas a sofrerem com mais intensidade, pelos inúmeros papéis sociais exercidos, as consequências deste fenômeno, o que se constata nas falas de E17 e E11.

Aí eu me casei e, assim, tive o primeiro filho, aí o esposo: *“Ah, não vai trabalhar agora e tal”*. E aí fiquei. Não estudei, não trabalhei, fiquei ali só cuidando da casa. E veio o primeiro filho, e veio o segundo filho especial. Aí, nessa a minha vida foi assim toda voltada pra esses tratamentos, né? Que você sabe que não é uma coisa assim muito fácil. Então, praticamente todos os dias tem que levar o Nicolas

pra fazer o tratamento. Ele tem Síndrome de Down. Então, eu colocava assim na minha cabeça: *“Ah, até os 10 anos ele já vai tá lendo, já vai tá escrevendo, já vai tá tudo bem. Então até os 10 anos eu vou dar total atenção pra ele”*. Só que não foi bem assim, né? Tem o tempo deles e eu não posso passar isso. E aí, meu marido ficou desempregado. Depois de 28 anos de Bradesco, ficou desempregado. Aí eu falei assim: *“Não”*. Mas nesse meio tempo eu sempre fui amante assim de fotografia, e sempre fiz fotos. Fotos, fotos, assim, já fotografei casamento, 15 anos, mas tudo assim (E17)

Então, eu trabalhei em grandes empresas, né? A última foi a Credicard, sendo que depois, assim, eu sou mãe de 3 filhos, né? Então, eu fiquei um bom período fora do mercado de trabalho, depois que eu tive meu segundo filho. E aí, eu retornei há seis anos, que é o tempo que eu tenho aqui de restaurante, né? (E11)

As duas empreendedoras confirmam tese do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (2018) que este público apresenta uma taxa de vulnerabilidade maior que os homens brancos e negros, e também, da mulher branca, quando enxergamos esse fenômeno sob a lente da teoria da raça (PAIXÃO, 2003; HALL, 2003). De alguma forma, a temática dos desafios de ser mulher, empreendedora e mãe, emergiu em muitos momentos durante as entrevistas com essas mulheres. Na fala de E17, chama a atenção, que ainda existem outros aspectos influenciadores como, a imposição dos cônjuges, por exemplo, que testam ainda mais a resiliência dessas mulheres. Novamente se apresentam como dimensões interseccionais importantes no estudo desse fenômeno, como enfatizam Teixeira (2021), Anggadwita (et al., 2021), ID_BR (2020), RME (2020) e Nassif, Armando & La Falce (2020). Essas restrições ajudam a invisibilizar ainda mais essas mulheres.

A pandemia da COVID-19, também, emergiu em algumas falas desses sujeitos como um aspecto importante como motivação empreendedora, principalmente, ocasionado pelo fator desemprego. Em três entrevistas, a de E18, E17 e E10, os empreendedores narram que foi justamente nessa fase que começaram seus negócios.

Quando eu comecei, eu comecei pelo MEI, tinha 3 funcionários. Aí depois era muitos impostos pra pagar, contadores pra pagar, e quando você olha, num sobrava quase nada. Então, fui orientada pra, na verdade, sair do MEI, passar pro Simples, e veio a pandemia e acabou com praticamente tudo. Então, eu retrocedi. Eu e mais outras pessoas que trabalham fim de semana comigo. Mas não tinha como virar Microempresa. E assim que eu vivo, mas com menos impostos, porque o que mata o Brasil são os impostos. (E18)

Porque eu não tenho ainda condições, já tive pessoas vendendo pra mim. Mas, hoje, até na loja tinha as meninas que trabalhavam lá também. Mas hoje em dia, depois da Pandemia, depois de tudo o que aconteceu, de eu perder a minha irmã, de eu ter que ficar me tratando, foi onde eu dei graças a Deus que eu tava pagando meu MEI, que pelo menos não fiquei zerada, entendeu? Ainda com depressão eu vendia, mas bem pouco, bem menos. Porque eu não tinha aquela força, aquele ânimo, nem pra divulgar, nem pra expôr as coisas. Então, eu tenho me calçado realmente, desde de 2015 pagando eu MEI todo mês quer vendendo muito, quer vendendo pouco. Isso aí me ajudou muito. Mas hoje em dia eu não tenho mais essas pessoas e eu preciso tipo assim, me reerguer nessa situação, entendeu? (E17)

Nas falas das empreendedoras E17 e E18 mostram-se desafios além das questões financeiras, mas de âmbito pessoal e psicológico, confirmando a tese de RME (2019), Teixeira (2021), IBGE (2020) e Anggadwita et. Al (2021) de que mulheres precisam lidar com os diferentes papéis do qual são exigidas socialmente, e isso as tornam mais vulneráveis como sujeitos empreendedores nesse ecossistema, e quando esses marcadores interseccionais se encontram com o fato de serem mulheres pretas, essa invisibilização é ainda agravante e injusta (HALL, 2003; ARMAN, 2015; PAIXÃO, 2003; MAZZAROL, 2021). O que confirma as pesquisas da RME (2019) e IBGE (2020) de que as consequências da Pandemia foram maiores para elas, pois estão na base da pirâmide social (RME, 2019).

O restaurante tinha um volume de refeições que a gente conseguia administrar e pagar a todos, né? E chegou certo ponto que a gente começou a pensar em expandir mais ainda. Aí aluguei um imóvel, abri uma filial, pra começar um outro restaurante. E daí então, começou a pandemia. A pandemia acabou com o espaço, com o ponto do restaurante. As pessoas não frequentaram mais restaurante. Então mesmo que a gente quisesse abrir o comércio, a gente não tinha público. E a gente começou a ficar só com a parte da entrega. Tinha os 2, a gente trabalhava com entrega e trabalhava no espaço, espaço próprio. A gente reduziu o número de motoboys e tipo, de 6 motoboys reduzimos pra 2 motoboys. Foi uma redução significativa, né? E essa filial que ia ser aberta, obviamente, não foi. O dinheiro que ia ser aplicado a gente acabou usando no momento mais difícil. E aí então, depois da pandemia, a gente ainda insistiu ainda com o restaurante, só que o movimento muito fraco, no espaço, do restaurante. Então a gente focou mais na entrega. (E10).

Já no caso de E10, o empreendedor que é do sexo masculino demonstra outros tipos de desafios comuns a todos esses grupos minorizados, como a falta de planejamento para crescimento

do negócio e aspectos financeiros. Isso deixa mais aparente que, os desafios são maiores no caso das mulheres, e se comportam de diferentes formas seguindo esses marcadores sociais (COLLINS E BILGE, 2021; DANA, VOROBÉVA, 2021).

Ao analisar os discursos que emergiram na subcategoria “empreendedorismo por necessidade e/ou oportunidade”, enxerga-se que todos os entrevistados não conseguem separar o tipo de motivação que os levou ao empreendedorismo. Para eles, não existe uma resposta que aponte para uma única motivação. Alguns entrevistados, quando perguntados, pensaram por um longo tempo antes de responder essa questão, o que confirma que para eles as motivações são dialógicas, mesmo se tratando de empreendedores localizados em área periférica. No início da entrevista, E4 e E10 já mostram que no decorrer de suas vidas abriram empresas por diferentes razões, tornando evidente o fator necessidade *versus* oportunidade de negócio, e que essa intenção pode emergir em diferentes momentos durante a trajetória profissional.

Na verdade, eu sempre quis me arriscar. Eu sempre tive vontade de ter uma coisa minha. Encontrei um amigo de infância um dia e a gente começou a bater papo e resolvemos abrir um negócio juntos. Foi por oportunidade e necessidade acho. Foi um somatório: vontade, coragem e oportunidade. O primeiro negócio foi por oportunidade, já que precisava melhorar de vida. O segundo negócio fiz amizade com um colega que tinha casa lotérica. Aí num papo ele falou que tinha uma pessoa vendendo uma casa lotérica em Caxias e eu falei: ‘Pô! Vamos comprar essa casa lotérica!’. Na verdade, eu sempre procurei ter dois negócios ao mesmo tempo, estar em dois segmentos. Aí depois um outro amigo falou que queria um sócio num posto de gasolina, aí fui também investi nesse segmento. Acabou sendo sempre uma estratégia nos negócios pra mim (E4).

As coisas foram acontecendo, tá? E a gente foi se adaptando. Assim, eu já tava abrindo uma nova faculdade, e claro, você quer seguir o seu sonho. As coisas foram acontecendo e aí a gente foi se adaptando. Não era transporte, não era bar. Pra te falar a verdade, sim, restaurante foi acontecendo e as coisas foram, tão aí até hoje. A gente vai dançando conforme a música. As oportunidades foram surgindo, você foi abraçando, mas também tem a questão da necessidade, ou seja, você também não pode, a pessoa também não pode ficar parada, ela tem que rentabilizar de alguma forma. Então...(E10)

Essa situação narrada por E4 confirma a posição de Vale (2015), Ferreira, Santos e Serra (2010) e Friedman (1986), de que as intenções de empreender são múltiplas, diversificadas e são provocadas pelo estímulo ambiental. A oportunidade e a necessidade podem ser motivos para a construção de um novo empreendimento. Portanto, o caso de E4, mostrou-se ocorrer interações entre essas motivações e reforços em diferentes períodos de sua vida. Assim como E10 demonstrou, também, que o fator “necessidade” pode levar ao empreendedor avistar novas “oportunidades” no seu meio, levando-os a se adaptar constantemente.

No caso das entrevistas conduzidas com as mulheres empreendedoras pretas, vislumbra-se mais o fator “necessidade”, principalmente porque muitas dessas mulheres são mães solo e enfrentam dupla jornada de trabalho (estão na iniciativa privada e empreendem) para conseguir sustentar seus lares (ID_BR, 2020; NASSIF, ARMANDO & LA FALCE, 2020; RME, 2020; BALOG, ZOUAIN, 2022).

Então, foi quando eu falei: *“Se eu trabalhar pra mim e vou conseguir ganhar igual ou mais do que eu trabalhar pros outros e ainda vou poder ajudar, estar presente ajudando o meu filho, com comida, alimentação, roupa, preparando tudo, porque realmente, ele não ia ter tempo de fazer tudo isso sozinho”*. Hoje ele mora sozinho, tem um ano, sabe? (E13)

Eu comecei na área da saúde e por não ter uma formação acadêmica mais alta, eu fiquei estabilizada e não tinha como progredir, porque até então, tinha filho pequeno, não tinha como estudar, não havia no momento, naquele momento não havia possibilidade de estudar. Era casa, filho e a necessidade só a hora pra trabalhar. Mas depois dali eu fui vendo que aquela formação só me dava aquilo, fiquei muito restrita, aquela limitação de salário. E como eu tinha outro conhecimento na área da beleza e gostava também, não quanto a saúde que eu amava, mas gostava demais, fui crescendo nela, fui procurando me especializar (E18)

Além das questões relacionadas aos diferentes papéis desempenhados e a responsabilidade da gestão financeira concentradas nelas, E18 explicita que esses desafios culminam também na falta de capacitação e tempo para procurar mecanismos de apoio para especialização. Portanto, as mulheres empreendedoras periféricas ainda sofrem com a defasagem educacional e, conseqüentemente, uma desvalorização ainda maior no mercado de trabalho. Se mulheres já recebem menores salários na iniciativa privada, as mulheres periféricas e pretas ainda se encontram

mais à margem desse ecossistema, oprimidas, afastando-as desses possíveis mecanismos de apoio (SUBRAMANI, 2020; OCDE, 2019; ARMANDO & LA FALCE, 2020).

4.2.2 ACESSO AO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR: BUSCA POR APOIO E CONHECIMENTO

Um fato importante de se considerar neste estudo, é entender como esses sujeitos tomam conhecimento dos possíveis mecanismos de apoio local, como acessam esses espaços, quais os principais desafios nessa etapa e como se preparam para essa fase. O conceito de “ecossistema empreendedor” é um conceito que vem recebendo cada vez mais na Academia, quanto na esfera pública, pois trata-se de como “uma comunidade pode evoluir e se tornar um vale sustentável em que um conjunto de inovações e ações sustentáveis que poderão surgir em uma região geográfica por meio de novos empreendimentos”, segundo Cohen (2006) e Gimenez, Stefenon, Júnior (2022).

Sendo assim, entender como se comporta um ecossistema empreendedor e seus mecanismos de apoio, pode auxiliar tanto esses sujeitos envolvidos como auxiliar Governos a obter desenvolvimento e crescimento econômico de maneira mais assertiva. E a grande questão aqui explorada é: como levar a informação desses mecanismos de apoio de forma efetiva aos sujeitos interessados? Quais as influências de fatores ambientais ou contextuais na criação de novos empreendimentos e sustentação dos que já existem? Como envolver o setor privado e ajudar na remoção das barreiras inerentes a esse processo?

Entende-se nesse estudo, como ecossistema empreendedor, a região da Baixada Fluminense do Rio de Janeiro e seus mecanismos de apoio local. Diferente do estudo de BALOG (2019), trata-se de um ecossistema empreendedor periférico, que se constitui com diferentes sujeitos e desafios inerentes a introdução a esse ecossistema, o que torna mais complexa a comparação em relação a essas perspectivas dos empreendedores do município do Rio de Janeiro.

Durante as entrevistas, quando esses sujeitos foram questionados sobre como buscaram apoio para empreender inicialmente, ficou evidente que quase em sua totalidade das falas, que esses sujeitos não cogitaram buscar apoio quando iniciaram suas empresas, por alguns motivos citados por eles, mas principalmente pelo desafio de estarem envolvidos com outras demandas em

seus cotidianos, que se converteu na subcategoria “Gestão do Tempo”, e o que observamos nas falas de E9, E10, E16 E E18.

Eu cheguei a fazer a matrícula na faculdade de Engenharia, mas aí minha filha nasceu, as coisas também se embolaram de novo. Então acabei...eu tinha um projeto bem antes disso. Eu estudei em escola pública, eu fiz o Enem, consegui nota, consegui faculdade de graça, e meio que o planejamento foi indo pelo meio do caminho. (E9)

Na época conciliar trabalho com estudo começou a ficar muito apertado. Então, eu saía muito tarde da faculdade e começava no trabalho muito cedo. No começo foi bacana e tal, mas começou um desgaste muito grande. Aí, tive que trancar a faculdade, mesmo ela sendo de graça. (E10)

Então, no início eu perdi muito tempo. Perdi muito tempo, perdi muito dinheiro porque eu não sabia cobrar. Tinha muita cliente, mas não sabia cobrar. Perdi muito tempo, muito tempo. Até então as redes sociais eram fechadas, não tinha isso que a gente temos agora, e as pessoas por onde eu passei não deram informação e eu não soube procurar na época. Então eu perdi muito tempo, demais até por falta disso eu perdi a metade do tempo de onde eu poderia ter tirado conhecimento, evoluído um pouco mais. Não tive. (E16)

Olha, talvez tenha faltado um pouco de sabedoria. De insistir, entendeu? Fiquei muito parada, e também o trabalho, ele te pega tempo demais. O que acontece no nosso País? É muito tempo trabalhando. Você se esgota trabalhando e a hora que tu procurar, qual a hora que te sobra? Qual dia que te sobra? Aí outro trabalho, outro pro curso, o que que você vai fazer? Vai a algum curso? Pra ir ao curso tem que pagar e pra pagar tu tem que trabalhar. Então, é bem complicado, é difícil. (E18)

Isto posto, percebe-se uma série de situações citadas pelos empreendedores (como: nascimento de filhos, empregos na iniciativa privada, estudo, falta de investimento), que contribuíram para que esses sujeitos não buscassem apoio. Em algumas entrevistas, também, percebe-se no discurso que de alguma forma esses sujeitos podem não se “enxergar” participantes desse ecossistema e aptos a receber esse tipo de incentivo. Algo que poderia se assemelhar a “síndrome do vira-lata”, como se esses não fossem merecedores de tal ajuda. É possível que esse sentimento seja uma das consequências das estruturantes dominantes de poder que imperam nesse

ecossistema, assim como versam Fontes (2023) e Foucault (2008), pois esses empreendedores não pertencem a um grupo de “empreendedores convencionais” (MAZZANOL, 2021).

Uma outra perspectiva seria o fato, que defendem Dardot e Laval (2013) e Fontes (2023), de que esses empreendedores periféricos estariam se tornando “empreendedores de si mesmos”, e portanto, acreditam que somente eles mesmos serão os responsáveis pela sua carreira, resultados e crescimento. Esse fato se mostrou como um dos principais desafios para os mecanismos de apoio local: “Como sensibilizar e convencer esses empreendedores periféricos de que eles não estão sozinhos? e “Quais seriam as melhores formas e canais de se comunicar com esse empreendedor periférico?”.

Desta forma, atrelado à subcategoria “falta de conhecimento sobre os possíveis mecanismos de apoio local”, esse discurso pode vir a confirmar, também, o fato de que esses empreendedores não estão devidamente conectados a rede empreendedora local e possuem dificuldades de estabelecer conexões com outros entes do cenário carioca. Outra possibilidade é que a comunicação dessas entidades não seja direcionada a esses sujeitos, o que corrobora com estudos anteriores no município do Rio de Janeiro (BALOG, 2019) e também o que verificou-se no discurso dos representantes dos órgãos. Esse fato vem de encontro com o estudo do Sebrae (2014), que mostra que apenas 43% dos empreendedores procuraram orientação e auxílio de órgãos oficiais. Isso fica ainda mais evidente quando levamos em consideração os empreendedores por “necessidade”, localizados nas periferias, que correspondem a maioria no nosso Estado.

Então, eu procurei um pouco depois a ir a algumas palestras do SEBRAE, eu tive algumas palestras, mas depois. Mas eu confesso que eu também errei, eu fiquei um pouco limitada. Mas eu ia a muitos eventos. Outros iam, participavam demais, iam a feira de São Paulo e etc. Mas isso é muito pouco, e muito pequeno. São coisas de horas, são coisas de dias. É muito pequeno pra te dar informação pra tu crescer, é muito pouco. E agora, atualmente, os cursos do SEBRAE também, tem sim, mas a maioria são limitada, é só pago, entendeu? Tem, ajuda um pouco. Existe, mas também as pessoas se limitam a passar. E é isso, é difícil. O empreendedor aqui no Brasil é difícil, é quase cada um por si. É bem difícil. (E18)

A gente vai aprendendo, porque eu não tenho parentes, não tenho referências com restaurante, de família, de vizinho, de ninguém. Eu tive que buscar informações, buscar informações, estudar bastante, aprender bastante, e a coisa foi desenvolvendo dessa forma. A gente foi aprendendo mesmo na prática, e tentando

errar menos, tentando errar pouco. Porque a margem, não tinha muita margem pra erro e assim, as coisas foram acontecendo. (E10)

Eu cheguei fazer um cursinho no Sebrae, entendeu? Até indicado pela contadora, entendeu? Que nós contratamos na época pra fazer essa parte de departamento pessoal, essa parte burocrática da escola. Contratamos uma contadora e ela me indicou um cursinho do Sebrae. Isso foi logo no início mesmo da escola. Em parte, ajudou sim. Porque mostra assim pra gente, dá a visão de negócio pra gente. Mas eu precisaria de algo mais. Já mudou tanto o meu negócio. Nem sei mais se eles têm cursos pra minha área. Eu sinto que eu precisaria de algo mais ou teria que partir de mim também essa busca, né? (E14)

Os poucos empreendedores que contaram suas experiências em participar de alguma ação dessas entidades, como cursos ou consultorias, narraram que apesar do ganho de conhecimento e networking, a abordagem ainda é feita pontualmente. Ou seja, esses empreendedores expressaram que o ideal seria ter algum tipo de acompanhamento a longo prazo, como observou-se na fala de E18, E10 e E14 que ainda ressaltou e chamou a atenção a seguinte expressão usada: “O empreendedor aqui no Brasil é difícil, é quase cada um por si. É bem difícil”. Essa fala corrobora novamente com o pensamento de Dardot e Laval (2013) e Fontes (2023), de que sujeitos periféricos se enxergam como “empreendedores de si mesmos”, e esse fato, agrava ainda mais essa procura pelos mecanismos de apoio. Apesar dessas falas, o estudo identificou poucos relatos de inserções desses empreendedores em programas de apoio ao longo da vida desses sujeitos.

Aliado a isso, também, enxerga-se uma dificuldade em relação à Marketing e Comunicação dessas empresas. A falta do sentimento de pertencimento desses sujeitos e de que eles assumam o posicionamento de reais “donos” dos seus negócios. Existe um vácuo de conhecimento desses empreendedores quanto a necessidade de dar visibilidade para essas marcas, assim como trazer esse “holofote” para eles mesmos. Esse aspecto foi mais presente nas falas das mulheres empreendedoras 50+ pretas, como podemos constatar o discurso de E7 e E12.

Uns 26 a 27 anos atrás, não existiam muitas oportunidades de capacitação, como existem hoje em dia. Então eu não busquei ajuda, eu fui empreendendo de acordo com o que eu já tinha de experiência (E7)

Eu nunca, nunca tive assim, desse jeito ajuda. Eu sempre busco na internet, né? Muitos vídeos, vejo muito vídeo, de empreendedoras, como é que faz e tal. Mas

curso mesmo eu nunca fiz, nunca entrei assim diretamente, né? A gente vai pegando um pouco aqui, um pouco ali. Mas assim, fazer mesmo um curso, nunca fiz não. Eu sou muito tímida. A Michele diz: “*Tu tem que parar com isso*”. A Michele fica pegando no meu pé: “*Você tem que parar com isso, você tem que aparecer*”. Ah, eu falei: “*Eu não gosto de aparecer*”, eu sou muito... aí, pra mim isso dificulta muito, né? Por que eu não consigo muito me aprofundar nas amizades, com as pessoas (E12)

Desta forma, observa-se mais um dos efeitos sistêmicos do racismo, segundo Paixão (2003) e Teixeira (2021). Esse processo faz com que essas mulheres pretas 50+ percam suas subjetividades e deixem de acreditar em seus potenciais como mulheres e empreendedoras. Elas temem pelos processos discriminatórios que possam continuar sofrendo e evitam se colocar na posição de protagonistas e, portanto, acabam promovendo um autoprocesso de “apagamento” de suas personalidades (FONTES, 2023; SANTOS, 2019).

Constatou-se, também, que o principal mecanismo de apoio local é a representação do SEBRAE nas regiões, através de eventos e palestras, citada por alguns desses empreendedores. Apenas 1 empreendedor, E14, narrou que contratou o órgão para consultoria, mesmo assim com uma expectativa insuficiente sobre as necessidades reais do seu negócio. Portanto, enxerga-se uma lacuna importante que precisa ser resolvida para divulgação desses programas aos empreendedores locais.

Os depoimentos nos levam a refletir que podem ocorrer diferenças quanto a esse tema em relação a diferentes cenários sociais e regionais, além do tipo de ambiente empreendedor. No caso dos sujeitos entrevistados nesse estudo, percebe-se um perfil de empreendedor tradicional, enquanto que nos centros urbanos presenciamos o crescimento da cultura do empreendedorismo inovador, impulsionado pelos mais jovens (BALOG, 2019). Estereótipos, estes, do que seriam atitudes de um empreendedor inovador e bem sucedido, o que se assemelha as características encontradas nas Gerações Y e *Millennials*, e que não dialogam com o ecossistema no qual residem os empreendedores periféricos. Essa construção social da realidade do que seria a persona “empreendedora”, que são replicados pela mídia e por esses programas, podem contribuir que esses não se sintam pertencentes e participantes de uma classe, de um movimento maior, o que os tornam ainda mais “invisibilizados”, à margem no empreendedorismo, causando um “sequestro” dessas subjetividades (FONTES, 2023; SANTOS, 2019; FOUCAULT, 2008).

Assim como abordado na categoria acima, a subcategoria “defasagem educacional” foi mais abrangente no discurso desses empreendedores periféricos, principalmente das mulheres, que demonstraram ter um grau de escolaridade menor que a dos homens. Na fala de E15, chamou à atenção a questão ligada ao etarismo, pois ela só conseguiu buscar capacitação após os 50 anos, como sugere-se a seguir:

Aí quando eu fiz 50 anos, eu resolvi... eu me mudei do lugar que eu morava, fiz uma cirurgia também, aí eu resolvi sair da área de educação. E aí eu me liguei que eu tinha que fazer mais uma faculdade, e aí eu fui fazer o curso de psicologia, minha graduação. E aí, com 50 anos, né? Mas eu não pensava em trabalhar pra ninguém. Eu falei: “*Bom, eu já trabalhei muito pras pessoas*”, é bom e é ruim, enfim. E aí eu falava sempre assim: “*Ah, e tenho medo de começar um negócio porque o bônus é meu, mas o ônus também*”. Eu tenho um pouco de medo de arriscar, sabe esse negócio? Mas, falei: “*Bom, quando eu terminar a faculdade eu vou trabalhar com isso*.” (E15).

O fato de serem mulheres periféricas, e os desafios inerentes a esta condição, se juntam a outros marcadores interseccionais que direcionam a vida desses sujeitos (COLLINS E BILGE, 2021). No caso de E15, ela afirma que promover uma mudança radical de carreira aos 50 anos, sendo também periférica, dona de casa, esposa e mãe, é ainda mais complexo, o que traz um sentimento de risco maior.

No caso de E13 e E18, ficou mais aparente a dificuldade de acesso à educação de base e, posteriormente, educação direcionada para o empreendedorismo:

A minha formação é muito pequena, mas dentro dela eu consegui me resolver. Porque eu vim de outro lugar, e lá do interior do interior do interior e não tive uma ajuda pra procurar, e depois vários processos que passei. Resumindo, dentro dela eu consegui ainda ser auxiliar de enfermagem, que eu trabalhei por 9 anos. Depois dela eu imigrei pra um salão de beleza. Porque, para você ir além tem que fazer vários cursinhos, para crescer, né? Infelizmente... (E13)

Comecei a te falar que eu comecei na área da saúde e por não ter uma formação acadêmica mais alta, eu fiquei estabilizada e não tinha como progredir, porque até então, tinha filho pequeno, não tinha como estudar, não havia no momento, naquele momento não havia possibilidade de estudar. Era casa, filho, marido e a necessidade de trabalhar. Mas depois dali eu fui vendo que aquela formação só me dava aquilo, fiquei muito restrita, aquela limitação de salário. Empreender foi uma libertação nesse sentido (E18)

Contudo, nos discursos dessas empreendedoras, E13 e E18, entende-se que este não é um fator limitador para a ação de empreender. Em muitas falas, elas contam que buscam apoio em seus pares como uma forma de reforçar suas subjetividades, de busca por representação e empoderamento (BERTH, 2019). Pois, até o fato dessas mulheres estarem mais abertas as entrevistas desse estudo e o aprofundamento dessas questões, por si só, já pode ser considerado um ato de resistência (SANTOS, 2019) a um ecossistema de reproduz opressão a esses sujeitos e menos acesso a oportunidades consequentemente, como defendem Saraiva e Irigaray (2009), Rocha (2020) e Collins e Bilge (2021). Na próxima categoria será aprofundado, os principais desafios e obstáculos locais desses empreendedores periféricos, assim como destacar essas perspectivas do que é necessário para crescimento e sustentabilidade desses negócios.

4.2.3 DESAFIOS DO EMPREENDEDOR 50+ PARA ATUAR LOCALMENTE

A categoria “Desafios do empreendedor 50+ para atuar localmente” abrange as principais perspectivas desses empreendedores periféricos quanto aos maiores obstáculos encontrados para empreender e prosperar com seus negócios. Além das subcategorias elencadas, também surgiram outros tópicos importantes de discussão nas falas desses entrevistados que poderiam ser explorados nesse estudo, como: dificuldades para gestão do negócio, indicação de novos negócios, parcerias estratégicas, conexão com investidores e falta de mão-de-obra qualificada. Sendo assim, considerou-se analisar as temáticas que apareceram mais vezes nas entrevistas, conforme apresentado pelo software Atlas.TI: busca por investimentos, capacitação empreendedora inclusiva e ambiente regulatório.

Na subcategoria “Busca por investimentos” quando perguntados como iniciaram seus negócios, se tiveram ajuda de terceiros ou se foi com capital próprio, todos os sujeitos entrevistados responderam que iniciaram com recursos próprios, mas em alguns casos, com sociedade em família (irmãos ou cônjuge), como ilustra a fala de E14, o que pareceu ser um comum entre empreendedores periféricos. Contudo, eles relatam que se sentiram desamparados no início desse processo e que arriscaram seus investimentos sem ter planejamento, o que demonstra mais uma

vez que falta apoio das entidades para levar conhecimento das melhores práticas, o que enxerga-se na fala de E10:

Praticamente eu comecei com capital próprio e ajuda assim, de familiares também, né? Meu esposo, também me ajudou muito nesse início com a questão da construção da escola, entendeu? Ampliaram partes da minha casa. Começamos aqui na varanda da minha casa, entendeu? Com aqueles poucos alunos que eu te falei, 4 de manhã e 5 à tarde, na minha própria varanda, sabe? Foi aí que logo no ano seguinte eu parti pra legalização, e começamos a pensar em coisas maiores. Mas a escola foi crescendo aos poucos, entendeu? (E14)

Comecei sozinha, mas é errado acho. Porque você arrisca o teu, o que você não tem de capital, você não tem nada que te garanta que vai dar certo, você tá totalmente desamparado, principalmente se você não tem outro emprego. Eu vejo assim, que foi feito uma mídia em cima de empreendedorismo nos últimos anos que tá fazendo com que todo mundo seja empreendedor, mas você não tem assim, é uma coisa louca demais, sabe? Pra quem não tem estrutura, você pode arriscar o teu patrimônio e de repente ficar sem nada. (E10)

Essas falas corroboram com Figueiredo & Paiva (2018), que esses empreendedores não possuem apoio motivacional e instrumental para a criação do próprio negócio. E como Shinohara, Nassif, Corrêa, Borges (2023) e Martin & Omrani (2019) defendem esses empreendedores periféricos enfrentam a insatisfação com os empregos formais e salários e com seus fundos de aposentadoria, e este fato, acabam levando-os ao empreendedorismo.

Outro aspecto citado que se integra a essa subcategoria foi a dificuldade para acessar investimentos com a intenção de crescimento desses negócios. A maior parte dos entrevistados que tentou buscar empréstimo em bancos ou alguma fonte de subvenção de outros organismos como BNDES ou SEBRAE, relataram que apesar de existirem, não é um processo facilitado para o empreendedor como constata-se nas falas de E11 e E10, respectivamente:

E aí, depois da pandemia, a gente voltou devagarinho, respeitando as regras, mas enfim. Aí eu peguei o Pronampe do Governo, que é um tipo de empréstimo, que na época, era feito pra micro e pequenos empreendedores com um pequeno percentual. Eu peguei o Pronampe, porque eu já não tava conseguindo respirar. Aí entrei no empréstimo. Beleza. Aí depois de 8 meses, um funcionário esqueceu a fritadeira elétrica ligada. A minha cozinha pegou fogo. Resumo: peguei outro Pronampe, porque eu tive que refazer a cozinha, por causa do incêndio. E depois peguei ainda o FAMPE do SEBRAE, que é um fundo de aval pra Micros e Pequenas Empresas. Apesar de eu ter conseguido foi bem burocrático e demorado

e não é para qualquer negócio não. E o tempo que você fica com o negócio parado? Quem paga sua conta? (E11)

O principal fator que dificulta, eu acho, no meu caso, é o financiamento, pra você crescer. Então, eu, uma boa parte da minha vida foi com capital próprio. Então assim, não houve abertura de crédito, assim que fosse: “*Oh, aquilo ali vai me ajudar muito*”, então, só pequenos valores, não um valor significativo que você vai expandir seu negócio. Então, nada muito interessante. Ainda mais depois da pandemia, que a gente precisou pegar recursos públicos, tipo aquele, não me lembro muito bem o nome, da sigla, mas foi um empréstimo governamental através das maquininhas, Peac das maquininhas, e o iFood nesse caso ajudou a gente bastante, financiamento. Então foi basicamente uma empresa privada que acabou ajudando a gente. Governamental assim só na pandemia, e olhe lá. Porque eu acho que a principal dificuldade foi essa. (E10)

Com os discursos mostra-se que o processo para acessar capital no Estado é considerado um dos maiores entraves para esses sujeitos, principalmente por se tratarem de empreendedores periféricos e que, portanto, deveriam ter prioridade de acesso, melhores taxas de juros e rapidez na cessão do capital, o que comprova as pesquisas do SEBRAE (2013; 2017).

Em relação à subcategoria “capacitação empreendedora inclusiva”, quando questionados sobre a intenção em procurar capacitação e ajuda no mercado para desenvolvimento pessoal e de suas empresas, tanto no passado quanto no atual momento, os homens 50+ entrevistados, mostram que não enxergam interesse, tampouco necessidade neste momento, em metodologias ou formações nas instituições disponíveis, apesar de conhecê-las e já ter tido algum tipo contato local.

Nunca me capacitei. Nunca mesmo. Até porque há 30 anos atrás não existia SEBRAE. Hoje as pessoas tem como buscar isso. O grande professor que eu tive foi a vida e a empresa que eu trabalhei do meu tio. Ele só tem o primário, mas hoje é um homem altamente bem sucedido. E eu soube aprender o que ele fazia. Porque dizem que ‘o inteligente aprende com os erros, e os sábios aprendem com o erro do próximo’. Eu tentei ser sábio, mas acho que aprendo muito com os meus erros. Pra aprender tem que pagar, não se aprende nada de graça. (E4)

Em Caxias recebi, sim, alguns convites porque sou sindicalizado, já tive convites pra algumas palestras e eventos. Em feira já participei, mas na grande maioria nunca me aprofundi não. Acho que é um grande erro meu. Esse networking que muitos amigos meus têm eu nunca tive. Acho que nem tem a ver com idade, mas com personalidade mesmo. Então hoje uma pessoa quando vai fazer um negócio ela pode ir no SEBRAE, ela pode solicitar um estudo mercadológico, faz estudo de zoneamento, e na minha época não tinha nada disso. E acredito que se eu

tivesse tido isso na minha época com certeza teria me ajudado a crescer mais. Porque conhecimento é tudo. (E4)

Não sei opinar, porque nunca fiz capacitação na região. Eu acho que já foi melhor a oferta de cursos do próprio SESI, da Firjan. Participei de algumas palestras a respeito de produtos e gestão, mas ultimamente não tive mais acesso a reuniões ou informações (E6)

Fica evidente nas falas de E4 e E6 e dos demais homens 50+ entrevistados que existe uma grande diferença entre a perspectiva de gênero, já que para elas, capacitação empreendedora mais inclusiva é uma necessidade real para evolução pessoal e profissional, pois muitas comprometeram suas formações por conta dos inúmeros papéis que precisam desempenhar desde cedo (RME, 2019; BEAUVOIR, 1980; BALOG, ZOUAIN, 2022). Para os homens empreendedores 50+, o famoso ditado “aprender errando e fazendo”, e as experiências acumuladas ao longo da vida, talvez façam mais sentido nesse momento de vida. Portanto, esse fato veio novamente de encontro a pesquisa de Balog (2019) e dados do SEBRAE (2013) no Estado do Rio, que esses empreendedores acessam menos os mecanismos de apoio, do que os jovens.

No caso das falas das mulheres empreendedoras 50+, todas demonstraram ter um entendimento da necessidade de capacitação empreendedora, além de outras formas de apoio, como palestras locais, consultorias, mentorias e networking. O que chamou a atenção é que elas já ouviram falar ou participaram no passado de atividades locais dos programas de apoio, mas atualmente não participam de nenhuma ação, o que mostra a falta de divulgação dessas oportunidades.

Já participei de vários *workshops* e coisas desse tipo, mas nunca: “*Ah, diploma disso, diploma daquilo*”. Para conseguir uma formação melhor é necessário dinheiro, tempo, investimento. Eu fiz, tô fazendo um curso de cuidador de idoso, entendeu? Eu tô abrindo meus horizontes. Porque, infelizmente, no Brasil você não pode ficar focado só numa coisa. Então, eu já tinha ficado 5 anos sem INPS, sem carteira, sem nada, se me acontecesse alguma coisa eu tava jogada as traças, né? Então, a primeira coisa que eu fiz foi abrir o meu CNPJ, como MEI, microempreendedor individual. Consegui, primeiramente, eu pedi ajuda a uma amiga que é contadora. Ela me explicou tudo direitinho. Aí eu consegui abrir e todo mês pagar um valor, e ali mesmo dentro do SEBRAE, o MEI, eles me mandam às vezes, vídeos, cursos, coisinhas assim que vão melhorar o teu empreendimento, e me ajudou bastante. E uma coisa que até um vídeo que eu vi, o diferencial do seu produto, não é o valor, é a qualidade, entendeu? Quando você

vai empreender em algo, seja você o pipoqueiro, seja você a pessoa que faz bolo pra fora, você tem que empreender no diferencial da qualidade, entendeu? (E12)

Não tive nenhum apoio político, nenhum apoio, em momento nenhum sequer, entendeu? Um apoio de qualquer uma entidade governamental. Nenhum momento. Tive que abrir minha empresa sozinha e me capacitei sozinha. Peguei um contador, abri. O SEBRAE em nenhum momento, nunca ouvi falar, só pela internet o que a gente busca. Nada. Nada vezes nada. (E17)

E12 demonstra na sua fala que ela enxerga especializações complementares, como enfermeira de idosos, mais importante até que capacitação empreendedora, pois existe um temor de que o negócio não prospere pela atual situação econômica e política do Estado e País. O que mostra que as empreendedoras periféricas têm maior motivação pelo empreendedorismo por necessidade (RIBEIRO, 2015; KAGEYAMA & HOFFMANN, 2006; DORNELAS CAMARA & MISOCZKY, 2019). Esses relatos reforçam os inúmeros problemas primários do Estado e do Brasil, como acesso à educação básica e superior, ao mercado de trabalho e as desigualdades sociais. Esses diálogos são um reflexo do mundo dos sujeitos periféricos, que perpassam as oportunidades, e diz respeito à sobrevivência destes (RIBEIRO, 2015).

No relato de E17 fica bastante evidente esse “desconforto” de se sentir invisibilizada nesse ecossistema quando repete ao final: “Nada. Nada vezes nada”. Percebe-se que mais uma vez, essas empreendedoras se enxergam e se assumem como “empreendedoras de si mesmas” (FONTES, 2023), pois elas já desistiram de lutar contra um sistema socialmente injusto que as oprime e as privam de direitos (SARAIVA, IRIGARAY, 2009; ROCHA, 2020; COLLINS, BILGE, 2021).

E12 também complementa enfatizando que recebe ainda e-mails e vídeos do SEBRAE e que estes podem ter contribuído em algum momento para trazer conhecimento diferenciado, o que aponta ser talvez uma metodologia mais indicada para empreendedores 50+, que mostram ter mais dificuldade de interação social e de deslocamento no dia a dia, em relação aos pares mais jovens (AL-JUBARI E MOSBAH, 2021; GRAY E SMITH, 2020; MARITZ ET AL., 2021; HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2017).

Na subcategoria “Ambiente regulatório” foram citados pelos sujeitos, diferentes obstáculos, que na visão deles, se tornam os principais entraves para o crescimento dos micros e pequenos empreendedores no Estado e Brasil. Na totalidade das falas, as temáticas que mais emergiram foram as questões relativas a falta de mecanismos de financiamento e a alta taxa tributária praticada

no mercado, assim como constata-se também na pesquisa GEM (2020; 2022) e em BALOG (2019), esse tratando especificamente com os sujeitos empreendedores 50+ do município do Rio. Na fala de E10, a seguir, fica aparente que a alta carga tributária impede que esses empreendedores consigam se planejar para um crescimento sustentável e, desta forma, eles buscam artifícios e “manobras” para conseguir sobreviver.

Trabalhar no Brasil é uma coisa muito complicada, porque além de ninguém te incentivar, te desestimula. Então, estímulo zero, e aí você acaba se revoltando. Porque você não tem nenhum estímulo, porque pagar por isso, né? Então você acaba fugindo de coisas que vão ser tributadas. O que você vende na máquina, você vende como dinheiro físico, você acaba criando uma blindagem pra você não pagar impostos, vamos dizer assim, tá? Você acaba trabalhando de uma outra forma, porque você não ganha estímulo, porque pagar imposto? Empresas de cartão, elas como dominam o mercado, tudo que se passa, você tem que passar em cartão e você acaba sendo sócio de todas as empresas. Então além do governo tem as empresas de cartão. O que eu acho? Um tremendo absurdo isso. Porque uma empresa intermediária, pra você fazer sua venda, que você deveria vender direto, né? Isso aí é um entrave. No caso do meu negócio é isso, entrave. (E10)

Trata-se de uma condição contraditória, pois, ao mesmo tempo que o número de novos negócios, micro e pequenos empreendedores, cresce no Rio de Janeiro e no Brasil, como indicam pesquisas do GEM (2020) e SEBRAE (2017), não existem pautas específicas de apoio a esses empreendedores. Como versam E12 e E6, em seus depoimentos abaixo, é ainda mais alarmante as consequências para esses sujeitos periféricos, pois se encontram em situação de marginalizados.

Eu penso que não devo expandir nada até agora, não. Primeiro a gente tem que ver a situação como vai ficar. Mudança de governo, etc. Porque assim, pro empresário, hoje, só se criam barreiras, não se criam facilidades, só se criam dificuldades, né? Então, a carga tributária pra você empregar alguém, ou seja, tributos. Essas dificuldades que se criam dificultam muito, mas muito, o trabalho do empresário. Ser empresário hoje em dia é loucura. Porque você contrata, você paga muito tributo, você não tem estímulo, você é tributado de todas as formas possíveis, desde a sua mercadoria de origem até o seu produto final, porque são tributos em cima de tributos, e se tivesse uma facilidade maior nesse sentido, o governante que desse uma facilidade maior, talvez sim, a gente pensaria em expandir, de forma bem bacana. (E12)

A situação tributária é difícil no Brasil e, no Rio, os tributos ainda são maiores. E a verdade é que nós pagamos o mesmo imposto que um empresário da cidade. Vários clientes meus foram para São Paulo por causa disso. Tinha um cliente com 320 funcionários que foi para São Paulo na Pandemia. Moramos numa cidade

inóspita nesse sentido e o combustível é o mais caro do País. O Governo precisa lançar medidas para melhorar a tributação, aquecer novamente o mercado, trazer as empresas de volta. Senão fica difícil mesmo. Se existisse um Portal que ajudasse o empresário a poupar dinheiro de alguma forma, nas contratações, na compra de insumos, poderia ser muito vantajoso (E6)

O fato é que para estes sujeitos, como defendem Figueiredo e Paiva (2018), torna-se ainda um obstáculo mais inacessível o acesso à formação de qualidade e oportunidades de crédito no mercado, pois, para adentrar neste campo é necessário apresentar garantias financeiras, o que muitos desses sujeitos não possuem. Justamente por estarem à margem, as políticas de acesso a investimento e tributação governamental, careceriam ser diferenciadas para esse público periférico 50+ (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; FIGUEIREDO E PAIVA, 2018). Além disso, juntam-se outros marcadores interseccionais (TEIXEIRA, 2021; COLLINS E BILGE, 2021) que poderiam ser pensados na formulação de políticas específicas na tributação de negócios femininos, 50+ e de mulheres pretas, por exemplo.

Um outro fato que corrobora com essa tese é a pesquisa do GEM (2022) que mostra o aumento na taxa de novos empreendedores, de 2020 a 2022, que correspondeu 25% e atingiu o maior patamar da série histórica, com uma taxa que representa 10,2% da população adulta. Muitos desses novos empreendedores são periféricos, começaram a empreender motivados por necessidade, principalmente após a Pandemia da Covid-19. Essa nova realidade, por si só, já sustenta a necessidade de ações que contemplem esses sujeitos (GEM, 2020; 2022).

Outros fatores citados nas entrevistas nesta subcategoria, principalmente nas falas das mulheres empreendedoras 50+, também abrem novos caminhos para pesquisas ainda correlacionadas ao tema como: desafios de âmbito pessoal e falta de planejamento para capital de giro. Em campo, surgiram alguns relatos das dificuldades dessas mulheres de conseguirem se planejar financeiramente, o que já aponta pesquisas da RME (2019) e de Anggadwita et al. (2021). Durante a Pandemia, esse fenômeno ficou ainda mais aparente, pois muitos desses sujeitos narraram episódios de depressão, feminicídio e transtornos psicológicos (ID_BR, 2020).

Por isso, o meu sonho de conseguir guardar um capital de giro, parar com uma das coisas que a gente aprende não misturar o dinheiro da empresa com o dinheiro pessoal, das contas. Então, eu preciso aprender isso, eu preciso colocar isso em prática, eu preciso começar a trabalhar isso, ainda que do lucro eu tire um salário pras minhas contas como se eu fosse a minha empregada, né? Mas que eu não misture as coisas, porque esse negócio de misturar acaba enrolando muito a gente. Misturar conta, misturar pagamento, entendeu? Aí a gente se perde. Então, já teve épocas assim, de eu realmente passar por vários sufocos, né? (E16)

Com a fala de E16, enxerga-se que a realidade para as mulheres 50+, é muito distinta da dos homens 50+, quando abordamos desafios no ecossistema empreendedor, pois antes de serem empreendedoras, precisam enfrentar o desafio interseccional de serem mulheres e 50+. Esses sujeitos invisibilizados que assumem diferentes papéis, e ao mesmo tempo são o cerne de suas famílias; que desempenham funções correlatas ao dos homens, mas por outro lado são menos valorizadas no mercado de trabalho e recebem menos. Visto isso, o planejamento financeiro se torna um desafio maior para elas, que acaba as tornando mais resilientes (NASSIF, ARMANDO & LA FALCE, 2020; RME, 2020; BALOG, ZOUAIN, 2022).

A realidade é que essa resiliência empreendedora pode vir a se tornar motivo de dor, sofrimento emocional e desencadeando doenças (ANGGADWITA ET AL., 2021). E12 e E18 contam que durante a Pandemia sofreram emocionalmente por não estarem preparadas financeiramente e pelas perdas pessoais que sofreram.

Porque, devido aos percalços da vida, eu tive uma depressão profunda, perdi minha irmã num ano, perdi meu irmão no outro, enfim, não tenho pai, não tenho mãe, não tenho irmãos. Então fiquei em depressão. Por isso, que é bom o empreendedor, seja ele quem for, pagar o MEI. Porque nessa época que eu entrei em depressão, eu consegui dar entrada no INPS, e nos meses de depressão foi isso que me segurou. É onde pude comprar meus remédios, pagar psiquiatra, coisas da vida. E que antes até disso eu também precisei fazer uma cirurgia de tirar a vesícula, também eles me ressarciram. Então isso já é uma base legal pra gente. Você ter o MEI. E agora, pelo MEI, você já tem o CNPJ, você tem direito a várias coisas, né? Mas eu nunca me aprofundei nisso não. (E12)

Emagreci 15 kg em um mês. Foi muita coisa, nem eu sabia que eu ia sair do fundo do poço. Mas Deus, Deus, ele me tirou. Então, eu, eu ainda não tive essa oportunidade de crescer, mas eu vou ter, entendeu? Aí veio a pandemia, com a oportunidade de realmente alugar um ponto legal e ter um capital de giro. Eu, particularmente assim, eu...algumas pessoas já quiseram fazer como minha amiga

fez, entrar com o dinheiro. Mas eu não tinha muita intimidade, eu não quis me arriscar (E18)

Esse fenômeno ressaltou novamente o papel bastante vulnerável e “invisível” dessas mulheres e suas dimensões interseccionais (COLLINS E BILGE, 2021; BALOG, ZOUAIN, 2022), pois não é possível separar o sofrimento pessoal e profissional do indivíduo. Trata-se de uma conjuntura de fatores de caráter dialógico, e um interfere no outro, como versam Gray e Smith (2020) e Ferreira, Santos e Serra (2010).

Outros aspectos emergiram como uma das falas de E4, que confessa a preocupação não somente com os desafios locais para empreender, mas também, com os grandes desafios do mundo moderno e pós-pandêmico: um mundo mais tecnológico e digital, rápido, incerto e volátil, e acompanhar essas rápidas mudanças requer atualização constante e agilidade nas decisões. Essa “sensibilidade gerencial”, pode ser considerada uma grande vantagem competitiva para o empreendedor 50+, já que são eles que possuem mais experiência de vida e de mercado, como abordam as pesquisas da FGV (2018) e os autores Carvalho (2009) e Vanzella, Neto & Silva (2011).

Infelizmente meu negócio é sem futuro. Casa lotérica não existe na maioria dos países estrangeiros que visitei. As casas lotéricas no Brasil só existem ainda porque ela administra o benefício social. Só quem paga conta na casa lotérica é o público de mais idade, que ainda desconfia da tecnologia. Mas mesmo essas pessoas já estão começando a usar o smartphone. Você vê o corretor de seguros tá acabando, de imóveis, você aluga através do Quinto Andar, a quantidade de profissões que estão sendo instintas é uma coisa assustadora. Estou indo agora pro ramo de Construção Civil, que esse é um ramo ainda que demanda muito. Como eu disse sempre tive dois, três tipos de negócio. Sempre tentei diversificar minha atuação (E4).

O depoimento de E4 demonstra conhecimento pelo seu mercado de atuação e, por isso, a decisão pela diversificação do seu portfólio de negócios, minimizando assim riscos e mudanças repentinas de mercado. Mais importante que conhecimentos tecnológicos ou de ferramentas modernas de gestão, no mundo em que vivemos, a experiência e a sensibilidade na tomada de negócios rápidas, podem significar a sobrevivência ou não de um negócio (FGV, 2018; BALOG, 2019; VANZELLA, NETO E SILVA, 2011).

Um último aspecto que surgiu nos discursos dos empreendedores nessa subcategoria foi a “falta de visibilidade e incentivo” dado aos negócios locais, por parte dos entes governamentais e privados que compõem esse ecossistema. Na fala de E10 percebe-se que apesar de serem negócios com boa reputação local e com reconhecimento externo, o próprio ambiente não os reconhece como tal, como se o que é periférico tem menos valor.

Mas mesmo assim nós tivemos matérias pelo mundo, sabe? No Chile, no Peru, nos Estados Unidos, na Costa Rica. Foram assim, o Reserva apareceu no cenário mundial de gastronomia. E aí, porque que eu tô contando isso também? Porque foi uma fase que eu senti muito, porque nós não tivemos um reconhecimento em si, da cidade ou da região, da Baixada. Porque é o único restaurante da Baixada com prêmio internacional. E aí, a gente, como empreendedor, a gente sente muito isso, porque o máximo que eu recebi foi o vice-prefeito veio aqui no restaurante, tirou uma foto com a gente e publicou nas redes sociais dele. (E10)

Trata-se de um fenômeno que diz respeito a discriminação do meio pelo meio, pois vivemos em uma sociedade que valoriza o que vem do centro, da epistemologia do Norte (SANTOS, 2019), e o que é gerado pela periferia não tem o mesmo valor. Para mudança em um ambiente regulatório é importante que esses mecanismos de apoio, assim como todo ecossistema local, criem ações para trazer mais visibilidade para esses negócios. Sendo assim, entende-se que a única forma de luta e resistência nesse meio é a união desses entes em coletivos locais, grupos de mulheres empreendedoras, que juntas se organizam e conseguem trazer mais força para esse movimento (BERTH, 2019; RESENDE, MAFRA, PEREIRA, 2018), assim como também constatado nas falas das mulheres 50+ empreendedoras pretas locais que participam de várias ações emancipatórias (ARMAN, 2015; PAIXÃO, 2003).

4.2.4 EMPREENDEDORISMO 50+: ASPECTOS INTERSECCIONAIS DE GÊNERO E RAÇA

A categoria “empreendedorismo 50+: aspectos interseccionais de gênero e raça”, que anteriormente não havia surgido no estudo preliminar e nas categorias *à priori*, emergiu na sequência das entrevistas com os empreendedores, contudo, de forma mais presente nas entrevistas com as mulheres empreendedoras 50+. Por elas terem sido a maioria dos sujeitos entrevistados (10 entrevistadas), os marcadores interseccionais (mulheres, 50+, periféricas e pretas) e os fenômenos

subsequentes a estes, puderam ser constatados em quase a totalidade das entrevistas. Também é importante ressaltar que foram as entrevistas com maior duração e com maior profundidade e requinte de detalhes dessas histórias.

Percebeu-se que é possível que esses sujeitos tenham encarado esse momento como uma oportunidade de serem finalmente ouvidas. Pois, compreende-se que são vozes muitas vezes silenciadas nesse ecossistema (SANTOS, 2019; FERREIRA, 2012; SARAIVA, IRIGARAY, 2009; ROCHA, 2020). E quando consideramos outros marcadores interseccionais como os ligados à raça, vislumbra-se que são sujeitos ainda mais à margem desse ecossistema e, conseqüentemente, mais invisibilizadas (COLLINS E BILGE, 2021; SUBRAMANI, 2020; DANA, VOROBÉVA, 2021; MAZZAROL, 2021; OCDE, 2019). Por conseguinte, as duas subcategorias “ser mulher, preta e madura” e “formas e estratégias de enfrentamento social” não podem ser analisadas separadamente, pois elas aparecem entrelaçadas em todos os discursos das mulheres entrevistadas neste estudo.

Nas falas de E12 e E18 ficou visível aspectos relacionados à corporeidade desses sujeitos e a questão da idade mais avançada e possíveis processos discriminatórios que se cruzam como marcadores interseccionais, segundo Collins e Bilge (2021). Esses marcadores quando se cruzam causam diferentes experiências para essas mulheres, conforme a construção do processo simbólico que é único e individual de crenças e valores (DANA, VOROBÉVA, 2021; SUBRAMANI, 2020).

Quando a gente trabalha com roupa tem a parte de que: “*Ah, bonitinha vai com a roupa da loja pra porta, você fica lá no caixa, que você é mais velha, já não tem esse corpinho*”. Então, isso também é uma discriminação. As mulheres são muito diferenciadas e não é porque você tá gorda e velha, que você não é capaz de botar um look e vender. Tanto que hoje em dia, às vezes, eu posto no manequim ninguém liga, né? Aí quando eu coloco a roupa, e vou pra algum lugar a pessoa vê no meu corpo diz: “*Nossa, esse vestido eu não vi*”, viu sim, eu postei lá. “*Mas eu não sabia que ficava bonito desse jeito*”. Então, é esse preconceito por ser mais velho e ao mesmo tempo é também a parte de ser mulher. (E12)

Aconteceram algumas eventualidades de eu ir a eventos e, que os professores dão a vez de perguntar e tirarem dúvida, e quando você fala, escuta o comentário: “*Ai, que horror!*” Quem sabe a resposta, né? Mas quem não sabe, quem tá começando e não tem acesso a cursinhos toda hora não é: “*Ai, que horror*”. Eu já passei por esse tipo de situação, mas eu não me calo. Eu só simplesmente falo assim: “*Quantos anos que você*

já atua?”. “Tantos anos”. “Então eu estou começando”. “Você deveria respeitar e ficar calada já que você já sabe”. (E18)

Nas duas falas percebem-se experiências distintas pelo teor das situações, pois E12 trabalha no setor da Moda e E18 narra uma situação passada durante um curso. Apesar disso, os efeitos discriminatórios ocasionados nessas mulheres são os mesmos. Elas reconhecem que passam por esse processo, que não é incomum porque já passaram por outras situações similares durante suas vidas, como E12 mesmo assume, entretanto, elas não se vitimizam. Como Berth (2019), Santos (2019) e Resende, Mafra, Pereira (2018) contextualizam o processo discriminatório funcionam como propulsor de ações coletivas pela busca de representatividade e processos emancipatórios.

Em relação ao marcador interseccional de raça, a mulher empreendedora periférica preta, contempla-se na fala de E12 uma situação no mercado de trabalho, antes de adentrar no ecossistema empreendedor. Entende-se que esses processos discriminatórios que começam cedo, e se apresentam por toda a vida dessas mulheres, podem também ser um dos motivos que as levem a empreender.

Então já fui discriminada, sim, tanto pela idade quanto também pela minha raça. Porque? Eu sou branca, mas meu cabelo é ruim, né? Então, eu me lembro que um pouco antes de empreender, quando eu tinha uns 48 anos, teve um anúncio no jornal de uma loja em Vilar dos Teles: *“Mulheres venham se inscrever, loja tal”*. Tinha uma fila enorme, fui eu com meu currículo e tal. Chegou lá tinha muitas meninas loiras, com cabelão, maquiadinhas, bonitinhas e eu, também magrinha e tal, mas meu cabelo ruinzinho, pior ainda que isso aqui, e tipo, eles só separam as loiras: *“Ah, você depois eu te ligo, tá dispensada”*, *“Você...”*, quando eu vi tinha só um grupinho de loiras. Todo mundo que era negro e tal foi dispensado. Então, eles eram portugueses, os donos. Então, também já sofri esse preconceito como empreendedora, mas também em entrevistas, sobre raça, sobre o cabelo, sobre ser negra. Entendeu? Porque apesar da minha cor clara, sou negra. Meu pai era negro, minha vó negra. Então, já sofri muito preconceito quanto a isso. Mas eu não ficava choramingando, me achando pior do que ninguém por isso não. Eu erguia minha cabeça e seguia em frente. (E12)

Novamente surge na fala de E12, o fato de que esses processos discriminatórios são encarados por elas como motivos de luta e busca por mais representatividade (BERTH, 2019; SANTOS, 2019). Desta forma, segundo Santos (2019), Paixão (2003), Hall (2003) e Resende, Mafra e Ferreira (2018), ignorar este confronto é uma forma de resignar-se, “um jeito de morrer

aos poucos”, enquanto o racismo vai sugando a energia vital desses sujeitos. Olhar de frente para o confronto e assumi-lo é combater todo um tecido social, é uma forma de resistência e luta. Na visão coletiva dessas mulheres, o que pode começar pequeno hoje, no montante pode criar desestabilizações do *status quo* no futuro. A conjuntura atual apresenta uma crescente em termos de representatividade e consciência coletiva para os grupos minorizados e subalternizados. É fato que a mídia, as organizações, o Governo e o terceiro setor vêm fomentando mais esse debate público. Isso é um aspecto positivo que esses sujeitos vivenciam, diferente de gerações passadas. É uma oportunidade para a busca por mais representatividade e protagonismo.

Apesar de não ficar claro se os entrevistados participam ativamente de movimentos coletivos, como forma de sobrevivência no mercado, conclui-se que eles entendem na sua totalidade a importância desse papel, conforme sugere Santos (2019). Pois, é uma forma de manifestação da “ecologia dos saberes” que fala das lutas dos sujeitos subalternados, invisibilizados, que mostra a “dor”, o sofrimento sem mediações, transformando-o numa razão para partilhar a luta (SANTOS, 2019). Trata-se de uma forma de libertação de um racismo estrutural, proposto por Ferreira (2018).

A resistência nessas existências diaspóricas, cria novas modalidades de acolhimento, novos sentidos de pertencimento, forjando novos quilombos conforme sugeriu Hall (2003). Os coletivos de gays pretos, juntamente a interação e luta com mulheres pretas hetero e LGBTQIAP+, são estratégias de sobrevivência, e desempenham papel importante na reparação aos danos que as diásporas causaram nas subjetividades desses sujeitos (GALLWAY, 2011; BERTH, 2019; SANTOS, 2019; ROSE RAGINS, 2004).

Também, ficou sinalizado na fala de algumas empreendedoras, desafios emocionais enfrentados pela gama de papéis desempenhados nas suas rotinas diárias. Pois além de serem empreendedoras, também é esperado pela sociedade machista e patriarcal, que elas dêem conta do seu papel como esposas e cuidadoras do lar. As consequências dessas obrigações mostram mulheres que perdem suas identidades para “o outro” (BEAUVOIR, 1980) e se desencadeiam em depressão, relacionamentos abusivos e feminicídio, como narrados por E12 e E16.

Porque a gente também, não sei qual o seu pensamento, mas eu, eu mesma já me vitimizei algumas vezes, eu tenho encontrado muitas mulheres depressivas, muitas mulheres que sofrem relacionamentos abusivos, sim. Eu conheço até

algumas pessoalmente que sofrem caladas feminicídio. Então, eu acho assim, tipo o homem tá sempre: *“Se você não fizer isso eu vou te largar, se não demorar no trabalho, se fizer isso eu vou pra casa da minha mãe, se você...”*, isso também é abusivo. (E12)

Porque eu não queria ficar sendo humilhada, enfim, como eu fui, até meu filho fazer uns 16 anos, ele já tá com 26 agora. Então, sempre eu engoli muito sapo em empresas das pessoas, lojas, por ter filho pequeno, porque eu precisava daquele salário todo mês. E eu, praticamente, mãe solo. Praticamente porque o pai dele não ajudava em quase nada. Então, o que acontece? Eu ia engolindo sapos, pegando um salário, um e pouquinho. Eu era bem humilhada, de certa forma, e até que eu cheguei e falei assim: *“Chega, se for pra eu ganhar isso trabalhando pros outros, eu consigo ganhar isso trabalhando pra mim, e até mais”*. Foi aí que decidi empreender (E16)

Entende-se que o empreendedorismo, diferente de outros grupos minorizados, para essas mulheres periféricas 50+ ecoa quase como um “grito de libertação” de uma lógica de mercado que as coloca como última alternativa na sociedade. Desta forma, tornar-se “empreendedora de si mesma” não é visto por elas como um caminho difícil e arriscado, mas como sobrevivência (DARDOT E LAVAL, 2013; FONTES, 2023).

Em contraponto, o fator “discriminação” entre os pares mais jovens e no próprio mercado de trabalho, foi citado na fala de E4 e E5; que são empresários, homens brancos; e no caso de E9; mulher, empresária, branca; como algo que nunca ocorreu em suas trajetórias empreendedoras, o que reforça a tese de Mazzanol (2021), de que mesmos sendo periféricos, esses sujeitos estão mais próximos do que seria a imagem construída do empresário convencional, e por isso, estão num posicionamento de maior privilégio nessa cadeia.

Nunca senti nada quanto a isso. Nem sei opinar porque nunca senti discriminação. Muito pelo contrário, sempre fui muito respeitado na região e os jovens me procuram pedindo conselhos e parcerias. Eu nunca fui de muito networking não. Acho que nem tem a ver com idade, mas com personalidade mesmo. (E4)

Não. Eu acho até que o contrário. Na minha área que é Comércio, a pessoa que é nova, não é conhecida é vista com desconfiança para negociar. Porque é uma área que envolve muita confiança, prazo de pagamento. Então o que conta é nome, reputação, tempo de mercado, experiência. Eu acho que o que acumulei de experiências dentro da rede que me trouxe uma senioridade. Eu acho também que sou muito tímido pra interagir com os mais jovens, não sei... (E5)

Não. Porque quando eu montei a loja eu tinha 42 anos e realmente eu nunca senti nenhuma discriminação, pelo contrário. Por trabalhar com mulheres e para mulheres, sempre fui muito respeitada. Acho que tem a ver com o meu produto, o meu segmento de atuação. (E9)

Durante as entrevistas, todos os entrevistados brancos, não demonstraram desconforto quando perguntados sobre situações ou processos discriminatórios, o que chamou a atenção, já que todos se encontram em áreas periféricas. O que corrobora com o pensamento de Mazzanol (2021) e Fontes (2023) de que por serem mais próximos da imagem do empreendedor convencional, esses sujeitos dispõem de vantagens frente aos demais. Isso mostra como este é um fenômeno complexo, que exige uma análise dos marcadores interseccionais que interferem nessas relações sociais (COLLINS, BILGE, 2021; SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; GARCIA-LORENZO ET AL., 2020; HENNEKAM, 2015).

Entretanto, essas falas podem caracterizar também um certo abandono dessas subjetividades, como empreendedores periféricos, a fim de alcançar uma posição de maior poder nesse ecossistema. É o que Carone (2012) sinaliza como forma de proteção em relação à discriminação e enquadramento do padrão hegemônico. É a negação de si mesmo, no seu corpo e na sua mente, como uma forma de condição e sobrevivência social para se integrar, ser aceito e ter mobilidade nesta nova ordem mundial.

5. DISCUSSÃO E CONTRIBUIÇÕES

Os achados do estudo denotam considerações acerca do processo histórico desse ecossistema e para uma série de aspectos relacionados à composição deste cenário, como: necessidades globais e locais, obstáculos inerentes ao ato de empreender e ao contexto local, além de salientar narrativas interseccionais. Ao refletir sobre a realidade desses sujeitos é importante destacar a compreensão sobre o campo como um terreno complexo, interseccional e dialógico (COLLINS E BILGE, 2021; GRAY E SMITH, 2020; FERREIRA, SANTOS E SERRA, 2010). O conceito não se apresenta a partir de uma fórmula aritmética das partes, mas sim como um conjunto de articulações internas das múltiplas engrenagens que formam esses sujeitos (SUBRAMANI, 2020; COLLINS E BILGE, 2021).

Como resultado do estudo, através das pesquisas realizadas em campo e dados coletados, que existem evidências reais de um processo de envelhecimento populacional aliado a um discurso hegemônico que não reflete a real situação que vive esse sujeito. O empreendedorismo 50+ tornou-se uma questão relevante devido ao envelhecimento da população e à efeito dos idosos na economia, no mercado de trabalho e na sociedade. Ao mesmo tempo, as estratégias para enfrentamento das barreiras vivenciadas por esse público apresentaram-se como uma lacuna na literatura (WEBER e SCHAPER, 2011; MORRIS, ALLEN, KURATKO e BRANNEN, 2010), e existe uma real necessidade de ampliação desses estudos para que os agentes privados e governamentais ampliem suas agendas de apoio de forma mais inclusiva e igualitária.

Baseado nos dados do referencial que atestam que a idade cronológica não é mais tida como referência de produtividade, portanto, podemos concluir que não existe idade limite ou certa para empreender. Também foi constatado que o Estado e a sociedade civil, através dos programas de apoio existentes, não apoiam com a mesma estrutura o empreendedor 50+ na Baixada Fluminense, como no município do Rio de Janeiro, em comparação a estudos anteriores (BALOG, 2019). As falas desses empreendedores 50+ periféricos ressaltam que eles podem estar sofrendo discriminação do próprio ambiente em que residem esses negócios, o que torna esse fenômeno um desafio ainda maior para eles.

Essa discriminação, também, se reflete no distanciamento desses empreendedores com os mecanismos de apoio local, pois ficou comprovado que eles não se “enxergam” acessando estes

entes. De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (2015), dos empreendedores brasileiros que buscaram apoio de órgãos públicos ou privados em 2015, 66,2% buscaram o SEBRAE, 13,9% o SENAC e 13,8% o SENAI, que também são fontes de conhecimento e capacitação em empreendedorismo. Os empreendedores entre 25 e 34 anos (31,9%) foram os que mais procuraram órgãos de apoio.

Assim, a taxa específica de empreendedorismo inicial relativa à faixa etária de 55 a 64 anos foi de 13,2% em 2015, significativamente inferior que a demais faixas etárias (GEM, 2015). Apesar de pequena, essa taxa não deixa de ser expressiva, corroborando os indicativos de que o empreendedorismo na população 50+ é cada vez mais presente e que isso se deve ao aumento do desemprego, à Pandemia e ao aumento da expectativa de vida do brasileiro. Contudo, estes empreendedores continuam invisibilizados e à margem desse ecossistema.

Portanto, esses elementos reforçam o argumento de Costa e Silva Saraiva (2012), de que o tema sofre influência de símbolos de sucesso social e de representações imaginárias e de distorções da realidade existente. Ou seja, a instituição se apropria do assunto de todas as formas em seu discurso organizacional, mas de fato não promove nenhuma atividade prática que promova meios igualitários para que os indivíduos possam dispor de mecanismos individuais de análise e ação.

Em comparação ao estudo anterior, dissertação de Mestrado, de Balog (2019), ficaram confirmados na fala dos sujeitos (empreendedores 50+ do município do Rio *versus* empreendedores 50+ da Baixada Fluminense) os aspectos relativos à motivação empreendedora (desemprego e motivação dialógica: necessidade e oportunidade) e desafios para empreender (capacitação mais inclusiva, acesso à informação, ambiente regulatório). Ficou constatado, que independente da localização geográfica, esta jornada exploratória mostrou o surgimento de um novo nicho no ecossistema empreendedor com características próprias: empreendedores 50+, ativos, conectados às novas tecnologias e produtivos no mercado de trabalho.

Os resultados das entrevistas com representantes dos programas reforçam a suposição de que ainda não existe uma cultura dentro destes órgãos oficiais que se concentre em metodologias dedicadas a este perfil empreendedor, o que constitui uma questão possível e importante no futuro. Embora haja indícios de que falta nivelamento entre os empreendedores por faixa etária e grau de escolaridade, em relação a todos os programas investigados, somente o SEBRAE, com a entrevista

de E3 (P.A), parece ter uma percepção da importância de que se faça as adaptações necessárias ou que se criem cursos específicos para esse novo nicho.

Nas entrevistas com empreendedores 50+, ficou evidente que eles têm dificuldade em se verem como participantes desse processo, e isso é causado pela falta de acesso a essas informações e pela falta de foco na comunicação. Na fala de E2 (P.A), conclui-se que não há uma diferenciação no direcionamento nas divulgações dos editais, cursos ou eventos. A divulgação é disparada para um mailing setorial, sem filtros e especificações de grupos direcionados. Esses fatos corroboram com as pesquisas do GEM (2017; 2020; 2022), de que os empreendedores entre 25 e 34 anos (31,9%) foram os que mais procuraram as agências de apoio. Assim, a taxa específica de empreendedorismo inicial para a faixa etária dos 55 aos 64 anos foi de 13,2% em 2015, significativamente inferior à das restantes faixas etárias.

É evidente que esses grupos de apoio necessitam de mais informação que privilegie suas reais necessidades, junto aos órgãos de apoio, envolvendo-os num diálogo mais direcionado. Portanto, esses elementos reforçam o argumento de Costa e Silva Saraiva (2012) de que esse sujeito sofre influência de símbolos de sucesso social e de representações imaginárias e distorcidas da realidade existente. Ou seja, a instituição se apropria do sujeito de todas essas formas de discurso organizacional, mas na verdade não promove a divulgação do programa ao público 50+ e as atividades práticas que promovam meios igualitários para que os indivíduos aproveitem os mecanismos individuais de análise e ação (COSTA, SILVA SARAIVA, 2012; BALOG, CELANO, ZOUAIN, 2021).

A exceção foi o programa internacional importado do Vale do Silício, Founders Institute, investigado no estudo anterior de Balog (2019), com mecanismos do município do Rio de Janeiro, que diferencia o grau de dificuldade dos exercícios e desafios. Contudo, é importante destacar que um programa internacional, por não vivenciar cultura, valores e crenças locais, talvez não seja o melhor mecanismo para identificar e apreender os reais desafios locais desses empreendedores, tornando esse fato algo importante sinalizado em campo e fonte de estudo e inspiração para a aplicação de outras entidades e incubadoras.

Em relação à motivação empreendedora nas entrevistas, quando o assunto foi desemprego, essa temática veio juntamente com os desafios advindos da Pandemia da Covid-19, entre 2019 e 2021. A questão do desemprego criado pelas crises impactou a população em geral, mas

especialmente os micro e pequenos empreendedores, e em especial, mais os empreendedores periféricos, que possuem desafios maiores a serem combatidos, pois estes sujeitos são mais vulneráveis a falta de acesso à educação e oportunidades igualitárias. E quando adicionamos mais marcadores interseccionais a este fenômeno, como os de gênero, idade e raça, como versam Collins e Bilge (2021) e Dana e Vorobeva (2021), estes se tornam mais invisibilizados (PILKOVÁ ET AL., 2016).

Quando se trata de sujeitos com mais de 50+, além de ser um segmento em crescimento, há uma tendência de desemprego de longa duração que os levam ao empreendedorismo por necessidade. E em todos os discursos dos entrevistados ficou claro que não há nenhum conteúdo motivacional para a criação desses negócios em seus ambientes (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; FIGUEIREDO E PAIVA, 2018). Além do desemprego, os empreendedores ainda enfrentam insatisfação com o salário em empregos remunerados ou porque sofreram algum tipo de processo de discriminatório narrado principalmente pelas mulheres empreendedoras pretas (SHINOHARA, NASSIF, CORRÊA, BORGES, 2023; L. MARTIN E OMRANI, 2019).

Outro ponto agravante que ficou expressado nas entrevistas com as mulheres empreendedoras 50+ é que a maioria delas não conseguem ter tempo e capacidade para se planejar financeiramente para o momento de empreender. Não possuem poupanças e não se preparam financeiramente para a aposentadoria. O que corrobora com estudos da RME (2019), ID_BR (2020), Nassif, Armando e La Falce (2020) de que por estarem na base da pirâmide social (em especial as mulheres pretas) sofrem com mais intensidade os efeitos discriminatórios desse processo.

Entretanto, a dificuldade de obtenção de recursos financeiros para que o empreendedor 50+ possa estabelecer-se e executar com sucesso o seu negócio, não é desafio exclusivo das mulheres. Em todas as entrevistas, inclusive os homens, apontaram este sendo uma das principais barreiras enfrentadas por esse público. Este fato corrobora com estudos que demonstram que a falta de apoio específico ao empreendedorismo 50+, especialmente para os desempregados, e a importância do microcrédito e a necessidade de envolver alguma instituição financeira, são fundamentais condições para o seu sucesso e pode ser a base para a superação de barreiras (FIGUEIREDO E PAIVA, 2018).

Em relação a busca por capacitação empreendedora, aprimoramento profissional ou outras formas de acesso ao ecossistema na região, percebeu-se que poucos são os sujeitos que efetivamente se conectaram a esses principais mecanismos locais. A verdade é que muitos desses sujeitos 50+ passaram a vida trabalhando em empregos na iniciativa privada e podem não conhecer as possíveis oportunidades que o empreendedorismo pode oferecer, além das etapas envolvidas na criação uma empresa.

O organismo de apoio mais citado nas falas dos sujeitos foi o SEBRAE, porém de forma muito pontual através de consultoria ou palestras, e a Representação da FIRJAN, citado em uma das entrevistas. Até mesmo em algumas entrevistas, esses empreendedores assumem que não enxergam ganhos nesse contato e, em alguns casos nas falas femininas, aparecem discursos desesperançosos, de que sempre foram “empreendedoras de si mesmas”, como versam Fontes (2023) e Dardot e Laval (2013), e que não acreditam que algo possa mudar na conjuntura de seus negócios e vidas.

A realidade desigual e injusta acaba por destruir as subjetividades dessas mulheres, corroendo sonhos e expectativas de que um dia seria possível mudar esse contexto. Trata-se de uma história que se repete, em um sistema que se autoregula com o passar dos séculos, independente dos contextos. Pois quem sempre ganha é o patriarcado (BEAUVOIR, 1980). Neste caso, uma educação mais inclusiva, a formação empresarial mais direcionada e as mentoria específicas para esses sujeitos seriam estratégias para minimizar esses medos e desconfianças (KENNY E ROSSITER, 2018).

Um desafio em particular, citado por eles, diz respeito ao acesso à informações relevantes em relação ao grau de experiência desses sujeitos, para a fase inicial do negócio como também para crescimento desses negócios, como: informações complexas de novas metodologias e ferramentas de gestão difundidas no mercado e que dizem respeito ao empreendedorismo inovador e, portanto, uma comunicação mais aderente aos jovens. Este fato pode ser ainda mais agravante no cenário periférico, onde empreendedores enfrentam problemas de defasagem educacional e existem menos iniciativas do que nos centros urbanos, como nascimento e crescimento de aceleradoras e incubadoras de negócios. A questão percebida em campo é que os empreendedores 50+ podem não se enxergar neste campo de atuação, porque sentem que essa informação tem como alvo as gerações mais jovens, que já nasceram no ambiente digital, na era das redes sociais e com

maior formação acadêmica (NASSIF, ARMANDO E LA FALCE, 2020; KENNY E ROSSITER, 2018).

Mesmo perante este fato, de assumirem competências desatualizadas ou insuficientes em seus mercados, a maioria não vislumbra os mecanismos como real fonte de apoio. Desta forma, é essencial para este estudo sinalizar este achado em campo como um dado estruturante para geração de políticas públicas e privadas que transformem esse contexto, pois administrar um negócio é um desafio árduo para qualquer empreendedor, mas para o empreendedor 50+ e periférico, ter informações e conhecimento sobre como administrar um negócio antes de implementá-lo deixam uma linha tênue entre sucesso e fracasso (NASSIF, ARMANDO E LA FALCE, 2020).

Um fato importante que emergiu neste estudo e, não no anterior de Balog (2019) com empreendedores do município do Rio de Janeiro, foram aspectos interseccionais relativos à discriminação de gênero e raça, aliados ao etarismo. As mulheres empreendedoras 50+ foram destaque dessa pesquisa, pelo número superior de entrevistas em relação aos homens, e pela maior disponibilidade de fala. Essa disponibilidade entendeu-se em campo como uma oportunidade de libertação dessas vozes, que são por muitas vezes silenciadas nesse ecossistema (BALOG, ZOUAIN, 2022; OCDE, 2019; MAZZAROL, 2021). Pelas características da região, por estar localizada em zona periférica do Rio, o estudo acabou tomando contornos interseccionais (COLLINS E BILGE, 2021), deparando-se com a realidade da mulher, idosa, periférica e preta.

De forma unânime nos discursos que emergiram em campo, o maior desafio enfrentado por essas mulheres empreendedoras, mesmo antes da Pandemia, é conciliar o papel multitarefas no trabalho com a família e filhos. O isolamento social agravou ainda mais este quadro, cobrando resiliência e disciplina dessas mulheres para continuarem seus negócios. Algumas relataram problemas pessoais, envolvendo cônjuges, e questões ligadas à saúde mental, como quadros de depressão e ansiedade. Ficou também constatado que essas mulheres vêm buscando apoio em grupos organizados de coletivos de mulheres empreendedoras 50+ e ONG's como espaços para apoio financeiro, emocional e educacional, e não com os mecanismos de apoio local tradicionais. O que pode se apresentar como um ambiente promovedor da ressignificação dessas identidades (DANA, VOROBÉVA, 2021; BERTH, 2019).

Em relação as perspectivas das seis mulheres empreendedoras 50+ periféricas pretas entrevistadas neste estudo, todas elas demonstraram compartilhar das diferentes formas de

discriminação, tanto nas questões relativas ao gênero (ser mulher) e as questões referentes à raça. Oprimidas e invisibilizadas por esse ecossistema que, por muitas vezes, precisam abandonar suas subjetividades para alcançar uma posição de poder. Nega-se a si mesmo, no seu corpo e na sua mente, como uma espécie de condição para se integrar, ser aceito e ter mobilidade social (BEAUVOIR, 1980).

Em algumas falas dessas mulheres percebe-se esse entendimento que para evoluir e ser legitimado nesse sistema, se faz necessário colocar “o outro” à frente (BEAUVOIR, 1980). Embora essas mulheres assumam esse posicionamento, elas também demonstram resistir e buscam resgatar os saberes suprimidos, silenciados e marginalizados. O que nos depoimentos aparecem, de forma sutil, quando as entrevistadas assumem diferentes formas de enfrentamento social, quando são julgadas pelos seus corpos e cor de pele. Apesar de sentirem as dores de todos esses desafios, entendem seu papel na sociedade e não se colocam na posição de “oprimidos comuns”.

A Pandemia veio para reforçar esses processos de resistência (ANGGADWITA ET. AL, 2021). A resistência é uma tentativa de se sentirem “oprimidos com mérito”, uma forma de manifestação da “ecologia dos saberes” que fala das lutas dos sujeitos subalternados, invisibilizados, que mostra a “dor”, o sofrimento sem mediações, transformando-o numa razão para partilhar a luta com seus pares (SANTOS, 2019; BERTH, 2019). É uma das formas de libertação de um racismo estrutural, proposto por Ferreira (2018).

Em resumo, o impacto esperado para esse estudo é (1) dar subsídios às organizações pesquisadas e citadas, e demais entidades, para melhorias de programas existentes e/ou criação de subprogramas específicos para empreendedores 50+ no município e periferia do Estado do Rio de Janeiro, respeitando as devidas subjetividades, (2) mostrar a necessidade de maior produção acadêmica em relação a esta nova identidade que vem sendo construída, no sentido de se compreender melhor quem é este indivíduo, bem como suas necessidades e potencialidades globais e locais, (3) no âmbito dos empreendedores 50+ periféricos ter a possibilidade de maior desenvolvimento e crescimento desses negócios, a fim de causar impacto localmente, e (4) propiciar a criação de uma metodologia mais direcionada e inclusiva, entendendo as reais necessidades desses sujeitos, culminando com a construção de uma possível solução tecnológica.

Por meio do resultado desse estudo espera-se considerar que o empreendedorismo é um caminho viável para esses sujeitos. São profissionais maduros no conhecimento, na experiência e

vitalidade para se reinventar e iniciar uma nova atividade empreendedora, criando para a economia a possibilidade de impacto local e crescimento no Estado e no País, bem como de alternativas de soluções possíveis com relação aos problemas socioeconômicos e previdenciários vividos atualmente.

5.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS

O empreendedorismo acima dos 50 anos tornou-se uma questão relevante devido ao envelhecimento da população e à efeito dos idosos na economia, na sociedade e para os estudiosos do assunto. Ao mesmo tempo, as estratégias para enfrentamento das barreiras vivenciadas por esse público apresentaram-se como uma lacuna na literatura, e há necessidade de ampliar os estudos para que os agentes privados e governamentais ampliem suas agendas de apoio para que esse público possa ser atendido de forma mais inclusiva e que estes sintam-se parte de um processo.

Este estudo tornou visíveis as barreiras vivenciadas por mais de 15 empreendedores periféricos, como incapacidade de lidar com desafios financeiros e de gestão dos seus negócios, dificuldade de promoção de si mesmos e de se enxergar como participantes desse processo, e a necessidade de buscar investimento, conhecimento e networking para crescer. A delimitação da pesquisa, realizada na Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, traz um caráter ineditista como contribuição teórica ao campo, pois não foram encontrados outros estudos qualitativos correlatos. As estratégias de enfrentamento, também, são incipientes na literatura, principalmente em relação ao recorte interseccional das mulheres empreendedoras 50+ periféricas.

Os achados desta pesquisa podem oferecer ações importantes para que esse público se sinta mais participante, valorizado e útil na sociedade, como engrenagem fundamental para à economia local e do Estado. Para os programas de apoio, agências, incubadoras nas universidades, aceleradoras de negócios e educadores de empreendedorismo, considerando que a busca por conhecimento mais inclusivo foi um dos focos desse estudo, o desenho de um programa de empreendedorismo adaptado aos desempregados com mais de 50 anos ou empreendedores 50+ que queiram entender o mercado atual e/ou se reciclar, poderia contribuir para a promoção e melhor inserção desses sujeitos no ecossistema empreendedor.

Espera-se que outros pesquisadores possam dar continuidade a esta reflexão sobre os atuais resultados gerados em campo para que haja uma melhor aproximação entre esses sujeitos, o mercado, os órgãos oficiais de apoio e a Academia. A formação dessa quádrupla hélice poderá ajudar na formulação de novas estratégias de ensino-aprendizagem e na melhor identificação das necessidades de formação para a atividade empreendedora no cenário periférico da Baixada Fluminense. Em síntese, a pesquisa visa apresentar a importância da capacitação científica multidisciplinar, e de como a interação entre os diferentes atores auxilia na reflexão e ampliação de discussões teóricas para o desenvolvimento deste tema de pesquisa.

5.2 IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS E PRÁTICAS

A presente tese poderá beneficiar não apenas os empreendedores 50+ periféricos, como também ajudar os órgãos oficiais, as IES e os programas de apoio, a compreender melhor as principais necessidades e desafios no dia a dia desses sujeitos, e dar subsídios para melhorias metodológicas, mudanças ou criações de novos programas com base nessas narrativas. Os resultados fornecem evidências das necessidades iniciais e contínuas de apoio e incentivo para empreendedores 50+ para iniciar e administrar um negócio nesta fase da vida.

Para os decisores políticos, as conclusões desse estudo destacam as principais barreiras de acesso ao ambiente empreendedor na periferia do Rio de Janeiro, além da necessidade de mudança em relação ao ambiente regulatório. Entendeu-se que as barreiras são múltiplas e abrangem todos os segmentos de negócio investigados nesse estudo. Portanto, é necessária uma resposta pluralista para começar a abordar estas questões. Aliado a esse fato, entende-se que por se tratar de um cenário periférico, com sujeitos que estão mais à margem da sociedade e, portanto, desse ecossistema, é necessário que existam políticas tributárias diferenciadas a esses sujeitos para sobrevivência, incentivo e crescimento desses negócios.

Sendo assim, as implicações práticas e gerenciais deste estudo é que a transição para o empreendedorismo deve ser incentivado entre os sujeitos 50+ com a redução da burocracia e estímulo econômico. Pois, pesquisas já comprovaram que esses empreendedores que fazem a transição de carreira para o empreendedorismo são muitas vezes especialistas e possuem experiência comprovada em seus respectivos setores, além de possuírem as habilidades necessárias

para o empreendedorismo (FGV, 2018; GRAY E SMITH, 2020; FERREIRA, SANTOS E SERRA, 2010). Portanto, existe um grande potencial para explorar esta riqueza de conhecimento e promover a experiência desses sujeitos.

Portanto, uma das soluções possíveis seria o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor 50+, promovendo educação direcionada, formação, acesso a recursos essenciais, atualização tecnológica, financiamento e serviços de consultoria e mentoria, para a promoção do empreendedorismo 50+. Contudo, em concordância com a subcategoria “Gestão do Tempo”, que emergiu nesse estudo, uma possibilidade seria a criação de uma plataforma tecnológica e/ou rede social, que atenderia esses empreendedores, separando-os por grau de maturidade, concentrando todos esses serviços, porém, dando a possibilidade que estes acessem no melhor momento de seus dias e de forma remota ou híbrida.

Al-Jubari e Mosbah (2021) e Maritz et. al (2021) também propõem que faculdades, universidades, aceleradoras de negócio, ONG’s e outras agências não governamentais desenvolvam cursos específicos para empreendedores 50+, visando a valorização do capital humano e social, bem como para encorajá-los a abrir novos caminhos. Este estudo mostrou a importância de o quanto é necessário que estes sujeitos sintam-se mais preparados para empreender, por conta da defasagem educacional e, conseqüentemente, mais encorajados e empoderados.

E, por fim, em relação a maior acesso a microcrédito, capital de giro e linhas de crédito, uma realidade possível seria a construção de um “Mapa do Fomento Estadual”, em que os órgãos oficiais poderiam organizar as informações disponíveis no mercado, que hoje encontram-se dispersas em vários sítios, e criar um passo a passo do caminho para que esses empreendedores 50+ possam estar mais preparados para acessarem esses recursos. Essa iniciativa poderia auxiliar na superação de barreiras financeiras nas fases iniciais e de crescimento desses empreendimentos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os principais órgãos de apoio ao empreendedor 50+ na região da Baixada Fluminense do Rio de Janeiro e entender as perspectivas desses sujeitos sobre *gaps*, oportunidades e desafios encontrados nesse ecossistema empreendedor. Para cumprir com o objetivo traçado, a pesquisa produziu inicialmente o alinhamento teórico-prático a partir do levantamento do histórico de dados de mercado e iniciativas conduzidas nessa região junto aos mecanismos de apoio, além de identificar quais órgãos na atualidade estão ativos, realizando ações, junto a esses sujeitos.

Em seguida, com a finalidade de descortinar lacunas, defasagens, boas práticas e novas oportunidades, foram ouvidos, inicialmente, os representantes dos principais órgãos de apoio da região com ações em andamento: a representação do Sebrae na Baixada II, a Coordenadora de Comunidade do SEBRAE RJ e o representante da FIRJAN na Baixada I. Posteriormente, foram selecionados, conforme critérios e delimitações desse estudo, os 15 empreendedores periféricos que abordaram suas perspectivas sobre os principais desafios encontrados no ecossistema empreendedor local.

A pesquisa adotou o método qualitativo, descritivo e exploratório, com roteiros semiestruturados (para os representantes dos órgãos e para empreendedores 50+). Os dados iniciais coletados, vieram com uma primeira imersão em campo, e geraram as categorias à priori do estudo, e após com aprofundamento em campo, as categorias emergentes. A análise escolhida foi a de Conteúdo (BARDIN, 2016), dentro de uma perspectiva interpretativista. A metodologia se estruturou considerando o objetivo geral da pesquisa, entendendo que essa escolha reflete a tentativa de assegurar a compreensão das dimensões presentes na delimitação da pesquisa: pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; e entrevistas semiestruturadas.

Este estudo não está isento de limitações e uma delas está relacionada ao momento que se deu, durante a Pandemia da Covid-19, uma vez que as barreiras e estratégias de enfrentamento vivenciadas pelos empreendedores 50+ estão dentro deste contexto. Muitas entrevistas aconteceram de forma remota, o que não é possível extrair percepções como no campo físico. Contudo, é importante destacar que, embora a coleta de dados tenha sido feita no contexto pandêmico, os participantes, o grupo de maior risco no período, contribuiu com muita

disponibilidade para que este estudo acontecesse, dando destaque as mulheres empreendedoras 50+, como já citado na Metodologia e Análise.

Essa maior disponibilidade de fala pode se explicar pelo fato de que essas mulheres sofrem maiores impactos no mercado, quanto ao preconceito e discriminação no ecossistema empreendedor, principalmente, evidenciado nas entrevistas realizadas com empreendedoras pretas periféricas. O aprofundamento dessas entrevistas mostram como esses sujeitos necessitam expôr suas histórias de dificuldades, como forma da busca por maior representatividade (BERTH, 2019; SANTOS, 2019; GALLWAY, 2011; ROSE RAGINS, 2004). Este fato, pelo ineditismo da pesquisa e pelo aprofundamento das falas, destaca-se como uma lente interseccional necessária para estudos futuros.

O estudo também propicia novas oportunidades para pesquisas e adaptação das metodologias atuais, modulando perspectivas técnico-científicas inovadoras, visando maior impacto social e sustentabilidade. Também vislumbra-se a oportunidade de condução e aprofundamento de mais estudos interseccionais que privilegiem as questões relacionadas à gênero e raça. Os achados em campo em relação aos desafios das mulheres empreendedoras 50+ pretas e periféricas, reforçam ainda mais o olhar de que as necessidades desses grupos de sujeitos devem ser enxergadas sob uma lente interseccional (COLLINS, BILGE, 2021).

Existiu certa dificuldade no acesso e engajamento dos órgãos entrevistados e programas de apoio para fornecer informações mais aprofundadas sobre experiências passadas com empreendedores 50+ da região. Durante entrevista com a coordenadora do SEBRAE RJ, foi citado que já ocorreu curso com foco para o público 50+, entretanto, não foram fornecidas pesquisas de satisfação, números, estatísticas ou outros instrumentos de *feedback* que poderiam subsidiar a análise desse estudo.

Por mais que tenha sido feito um trabalho intenso de divulgação e articulação da pesquisa na região da Baixada I e II, através do Núcleo de Empreendedorismo, Qualificação e Inovação da UNIGRANRIO, houve certa dificuldade de encontrar sujeitos homens empreendedores 50+ disponíveis para contar e aprofundar suas histórias.

Destaca-se também a falta de estudos sobre estratégias de enfrentamento, principalmente em relação as mulheres empreendedoras 50+ da Baixada Fluminense, que poderiam ter contribuído para uma análise mais comparativa com os dados desta pesquisa. Nesta perspectiva, fica claro que

é necessário expandir estudos desta magnitude, pois os empreendedores 50+ periféricos pesquisados sinalizam em suas falas a real necessidade de transformações estruturantes para superar as barreiras que enfrentam, assim como também para planejar um melhor futuro às gerações que virão.

No que se refere aos avanços desse estudo, em comparação ao anterior (BALOG, 2019), com empreendedores 50+ no município do Rio de Janeiro, percebe-se uma clara diferença às motivações empreendedoras, às realidades de vida e oportunidades para qualificação e aos tipos de negócio. Enquanto os empreendedores 50+ do município do Rio mostraram-se estar mais motivados a empreender por oportunidade, criando negócios de base tecnológica e digitais, com experiências progressas em incubadoras de empresas e aceleradoras de negócios e, portanto, com maior qualificação e mais conhecimento sobre o ecossistema empreendedor, por outro lado, os empreendedores periféricos 50+ pesquisados nesta tese, apresentaram desafios mais expressivos quanto à defasagem educacional, acesso a capital e falta de informações qualificadas. Eles são motivados, em sua maioria, por necessidade, e pela falta de compreensão sobre inovação, o que os levam a ter negócios mais físicos, como: restaurantes, escolas, lojas de rua, etc.

Também fica evidenciado no estudo, que a Pandemia foi um marco como propulsor de novos negócios para esses sujeitos, principalmente, os periféricos foco deste estudo. O desemprego e a falta de oportunidades abateram mais esses empreendedores 50+, que narraram que muitos desses negócios começaram durante esse período, o que corrobora com a pesquisa já apresentada do GEM (2020). E este fato foi ainda mais desafiador no caso das mulheres empreendedoras 50+ pretas periféricas. Por essas estarem na base da pirâmide social quando enxergamos sob a lente dos efeitos sistêmicos do racismo estrutural, essas mulheres se tornam mais vulneráveis, pois além de exercerem inúmeros papéis sociais, ainda precisam sair para trabalhar e garantir o sustento da casa, muitas vezes, e além disso, possuem menos formação acadêmica, como mostram estudos do ID_BR (2020) e do IPEA (2018). De uma forma mais ampla, as mulheres pretas apresentam uma taxa de vulnerabilidade de 50% a mais que a de mulheres brancas. Esses obstáculos as impelem de serem mais competitivas e inovadoras.

Além disso, soma-se o olhar mais interseccional, de mulheres empreendedoras 50+ periféricas e pretas, que esta tese pode proporcionar como contribuição para avanço dessa temática. Essa nova “lente teórica” construída através do discurso dessas mulheres poderá ajudar a

compreender melhor esse fenômeno, além de sinalizar a impossibilidade de análises conclusivas acerca dessa temática, pois, a própria lente interseccional e seus marcadores nos alerta que qualquer estudo conduzido neste sentido será sempre complexo e subjetivo. Desta forma, surge a importância de que novos estudos com foco nesse objeto de pesquisa sejam conduzidos em outros cenários periféricos brasileiros a fim de acrescentar a este campo novas realidades e subjetividades.

No que concerne a contribuição prática desse estudo, durante imersão em campo e após as análises desse estudo, concluiu-se que um caminho possível para inclusão desses empreendedores 50+ em um ambiente com foco em diversidade, maior troca de experiências e conhecimento, além de promoção desses negócios, poderia ser com o apoio da tecnologia. Existem algumas iniciativas no mercado como, a comunidade Maturi e a consultoria Hype 50+, que apoiam as estratégias de Diversidade Etária e Geracional nas organizações brasileiras, mas nenhuma que tenha um foco específico no desenvolvimento do empreendedorismo 50+.

Em 2021, o SEBRAE Nacional, em parceria com entidades do ecossistema de inovação nacional, lançou o Edital Catalisa ICT. O objetivo é acelerar e fomentar negócios inovadores de base tecnológica, para alavancar geração de riqueza e bem-estar para a sociedade, por meio da: criação de empresas de base tecnológica por mestres/mestrandos e doutores/doutorandos; transferência de tecnologia de pesquisadores/universidades para empresas; inserção de mestres/mestrandos e doutores/doutorandos, capital humano qualificado, em pequenos negócios. Desta forma, surgiu a oportunidade que esta tese fosse submetida para tal edital e, posteriormente, contemplada com R\$ 150 mil de *funding* para o desenvolvimento de um protótipo de uma plataforma digital/rede social de apoio a empreendedores 50+.

A partir de 2022, uma equipe foi formada com a coordenação da Profa. Dra. Deborah Moraes Zouain (UNIGRANRIO), a pesquisadora autora desta tese, Profa. Daniela Longobucco (UNIGRANRIO), além de um doutor que desenvolveria o protótipo da plataforma, Prof. Dr. André Luis Nogueira Campos (COPPE/UFRJ). A ideia é criar uma plataforma digital multifuncional e com função também de rede social, que possibilitará desde do oferecimento de informações de mercado e instituições, como SEBRAE e FIRJAN, além de cursos e palestras até contato com possíveis investidores e fornecedores. Uma plataforma que conseguisse abarcar todos esses serviços em um único local seria um diferencial do que hoje existe, além de ajudar na gestão do tempo desses empreendedores, pois, muitas vezes têm dificuldades de se locomover e acessar

outros espaços. Hoje no Brasil e cenário internacional vemos iniciativas isoladas, que oferecem de 1 ou 3 serviços, mas não contemplam tudo o que necessário para esse público. Espera-se que uma educação inclusiva, e apoio direcionado, possam trazer o crescimento desses negócios.

A persona que será atendida é empreendedores 50+, inicialmente com ênfase no Rio de Janeiro, que estejam no início de suas operações ou em estágio mais avançado, com negócio já validado. O segmento de atuação também é diverso, podendo atuar junto a negócios digitais como físicos. Por ser a solução uma plataforma digital, esses empreendedores poderão acessar em qualquer horário do dia/noite e interagir com diferentes entes do ecossistema (órgãos oficiais, investidores, incubadoras, mentores empreendedores). Nessa tese e na pesquisa de dissertação de Mestrado de Balog (2019), foi constatado na fala desses sujeitos, alguns problemas eminentes como: falta de conexão com o mercado, necessidade de reciclagem educacional, linguagem da área de inovação ser muito específica, falta de investimentos e tempo disponível para capacitação. Portanto, uma plataforma tecnológica poderia auxiliar esses sujeitos, principalmente, nas questões relativas a tempo, capacitação e conexão com o mercado. Um primeiro passo de parceria foi dado junto ao SEBRAE-RJ, que demonstrou interesse em ceder de forma gratuita na Plataforma, vídeos informativos e cursos abertos para esses empreendedores, ainda em fase de testes.

O período de apoio do Edital Catalisa se encerrou, em junho de 2023, entretanto, o protótipo ainda precisa passar por um período de testes da plataforma e com os empreendedores 50+. Dentre as ações que já foram executadas estão: hospedagem do servidor configurando o IIS e o site com certificado https, configuração do banco de dados Postgres e hospedado na Elephant (servidor de banco de dados como serviço Cloud), criação da *landing page*, construção da entrada na plataforma com cadastro de usuário, recuperação de senha, ativação de conta, definição de logomarca, participação no congresso da ANPEI, junto as *startups* do Catalisa (30/11/2022 a 01/12/2022), criação do sistema de cadastro de marcas, incluindo uma descrição e uma imagem representativa do curso, adição dos capítulos dos cursos e apoio ao cadastro dos níveis, de modo que os usuários possam ser alocados em níveis do tipo Ferro, Bronze, Prata, Ouro e Diamante. O próximo passo do projeto é a confecção de listagem de empreendedores 50+ para a próxima etapa do teste às cegas (usabilidade da plataforma).

Espera-se criar um impacto positivo com as ações do projeto em âmbito local e nacional, a fim de promover espaços de reflexão, pesquisa, desenvolvimento de projetos inovadores e para o

crescimento e escalabilidade de negócios no País. Além disso, em termos metodológicos, a ação possui um poder interdisciplinar associando distintas áreas de conhecimento, como: Administração, Saúde, Comunicação, Tecnologia, Ciências Sociais, Economia, podendo convergir com todo o ecossistema (Universidade, Governo, Mercado, Sociedade).

Do ponto de vista social, essa ação prática poderá ajudar na criação de um mapa de potencialidades locais, pois a plataforma também terá a função de ser um grande banco de dados desses negócios e empreendedores 50+, o que propiciará ações mais focais por parte das instituições de apoio. Pretende-se, também, investigar e explorar as potencialidades desses sujeitos, empreendedores locais, considerando que muitos empreendem por necessidade. O foco é estimular a visão do empreendedorismo por oportunidade, tornando esses sujeitos competitivos frente ao atual modelo de mercado de trabalho: convergente, digital e ágil.

Finalmente, essa tese, além de ajudar na análise comparativa do que já foi encontrando no campo em relação ao município do Rio de Janeiro, também corrobora para que sejam pensadas novas políticas públicas e privadas para esse público, além de subsidiar os programas de apoio com dados que apontam para formulação de novas metodologias, além de melhorias em ações já existentes. Que a minha contribuição teórica e prática possa alertar para a emergência deste fenômeno local e global, propiciar “pontes” para novas lentes teóricas, assim como abrir caminhos para que esses sujeitos consigam superar essas barreiras por muitas vezes “invisíveis”.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCÂNTARA, A. O.; CAMARANO, A. A.; GIACOMIN, K. C. **Política nacional do idoso: velhas e novas questões**. Rio de Janeiro: IPEA, 2016. p.64.

AL-JUBARI, I.; MOSBAH, A. Senior Entrepreneurship in Malaysia: Motivations and Barriers. **Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 8(6), 277–285, 2021.

ALMEIDA, E; DIAS, P; SANTOS, E. Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. 15. 122-146. 10.12712/rpca.v15i1.47233, 2021.

ALPERSTEDT, G. D., FERREIRA, J. B., & SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 16 (40), 221-234, 2014.

AMORIM, H., GUILHERME HENRIQUE G., MODA, F., PELEGRINI, J, G. “O Empreendedorismo Contemporâneo ou uma Forma de Mistificação das Relações de Classe”. **Contemporânea - revista de sociologia da UFSCar** 11 (3): 845–73. <https://doi.org/10.4322/2316-1329.2021024>, 2021.

AMORIM, H., MODA, F., MEVIS, C. “Empreendedorismo: uma forma de americanismo contemporâneo?” **Cad. CRH** 34: e021018, 2021.

ANDRADE, D. M.; LIMA, J. B.; BORGES, A. F. Ações Empreendedoras em Empresas Familiares: Um Estudo Sob a Ótica de Oportunidades, Inovação e Aprendizagem. In: **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresa, Brasil**, 24 a 16 de março de 2014.

ARMAN, Ana Paula. Empreendedorismo entre mulheres negras na cidade de São Paulo. **Revista de Administração do Unisal**, v. 5, n. 8, 2015.

BALOG, D.L.T. ; ZOUAIN, D.M. Mulheres empreendedoras sociais pretas no Rio: impactos pós-pandemia. **EnANPAD 2022**. 21 a 23 de setembro de 2022. Evento online, 2022.

BALOG, D.L.T. **Empreendedorismo na terceira idade: um estudo exploratório sobre os programas de apoio e capacitação no município do Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Administração) – UNIGRANRIO. Rio de Janeiro, 2019.

BALOG, Daniela Longobucco Teixeira; ZOUAIN, Deborah Moraes; CELANO, Ana. **A (in)visibilidade de grupos minorizados no sistema de empreendedorismo no município do Rio de Janeiro**. In: _____. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/casi2020/323716-a->

(in)visibilidade-de-grupos-minorizados-no-sistema-de-empendedorismo-no-municipio-do-rio-de-janeiro. Acesso em: 7 jul. 2022.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. In **Edição Revista e Ampliada**. Edições 70, 2016.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empendedorismo: Uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BARROS, F. S. DE O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. **Organizações & Sociedade**, v. 12, n. 33, p. 109–128, 2005.

BEAUVOIR, S. **O segundo Sexo: Fatos e Mitos**. Ed. Nova Fronteira, 1980.

BERTH, Joice. **Empoderamento**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

BLANK, S., Why The Lean Start-Up Changes Everything, Harvard Business Review, 2012.

BONI, V; QUARESMA, S.J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol. 2, no. 1 (3), p. 68-80, 2005.

BRIEGER, S. A., BÄRO, A., CRIACO, G., TERJESEN, S. A. Entrepreneurs' age, institutions, and social value creation goals: A multi-country study. **Small Business Economics**, 57(1),425–453. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00317-z>, 2021.

CARVALHO, A. S. Gestão de Pessoas e Envelhecimento: Sentido do Trabalho para o Idoso. **XXXIII Encontro Nacional da ANPAD - EnANPAD**, p. 1–16, 2009.

CASTANHAR, J. C.r; DIAS, J. F.; ESPERANÇA, J. P. E. "2. The entrepreneurial drivers of regional economic transformation in Brazil." PH Phan, S. Venkataraman, & SR Velamuri, *Entrepreneurship in Emerging Regions Around the World*, 2008.

CARONE, I. Breve histórico de uma pesquisa psicossocial sobre a questão racial brasileira. **Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2012.

CGU – Controladoria Geral da União. **Relatório “Painel Economia da Inovação nas Universidades Federais”**. Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br/assuntos/noticias/2023/12/cgu-avalia-papel-das-universidades-federais-no-ecossistema-nacional-de-inovacao>>. Acesso em: 21 de dezembro de 2023.

COHEN, Boyd. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. **Business strategy and the Environment**, v. 15, n. 1, p. 1-14, 2006.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. Boitempo Editorial, 2021.
CORBIN, J. Grounded theory. **The Journal of Positive Psychology**, 12(3): 301-302, 2017.

COSTA, A. D. S. M.; SILVA SARAIVA, L. A. **Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital**. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 587–614, 2012.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; MARTINS, P.E. A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. **Cad. EBAPE.BR**, v. 10, no 2, p.357–375, artigo 6, Rio de Janeiro, 2012.

CRUZ JUNIOR, B. “Entre mito e solução, a busca por um empreendedorismo realmente existente”. **Contemporânea - revista de sociologia da UFSCar** 12 (3): 827–48. <https://doi.org/10.4322/2316-1329.2022026>, 2022.

DANA, Léo-Paul; VOROBÉVA, Ekaterina. Understanding the term ‘minority entrepreneurship’. **The Palgrave handbook of minority entrepreneurship**, p. 15-32, 2021.

DE ALMEIDA, Emmanuelle Lopes; DIAS, Pâmela Karolina; DOS SANTOS, Elisabeth Cavalcante. Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 1, p. 122-146, 2021.

DE TOMMASI, L., VELAZCO, D. “**Transformations in Community Associations and Political Processes in a Rio de Janeiro ‘Favela’**”. *Vibrant (Brasília)* 14 (3), 2018.

DORNELAS CAMARA, G.; MISOCZKY, M. C. A Produção Teórica sobre a Pobreza na Administração. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 45–56, 2019. DOI: 10.21118/apgs.v11i1.5422. Disponível em: <<https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/5422>>. Acesso em: 7 jan. 2022.

DUBAR, Claude et al. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. 1997.

ENDEAVOR. **Pesquisa Rio de Janeiro Empreendedor. 2013**. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/relatorio-rio-de-janeiro-empreendedor>>. Acesso em: 30 março de 2019.

EMPREENDABILIDADE. **Relatório “Empreendedores 50+: o Futuro do Brasil 2022”**. Disponível em: <<https://empreendabilidade.com.br/profissionais-com-mais-de-50-anos-devem-empreender-diz-estudo-do-empreendabilidade/>> Acesso em: 20 de março de 2023.

EUROMONITOR INTERNACIONAL 2019. **10 Tendências Globais de Consumo 2019**. Disponível em: <<https://go.euromonitor.com/white-paper-ec-2019-10-Tendencias-Globais-de-Consumo-2019.html>>. Acesso em: 30 março de 2019.

ECKHARDT, J.; SHANE, S. Opportunities and entrepreneurship. *Journal of management*, v. 29, n. 3, p. 333-349, 2003.

ERVATTI, L. R.; BORGES, G. M.; JARDIM, A. DE P. **Estudos & Análises. Informação Demográfica e socioeconômica 3. Mudança Demográfica no Brasil no início do Século XXI. Subsídios para as Projeções da População**. 3. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

FAIRCHILD, Gregory B. Residential segregation influences on the likelihood of ethnic self-employment. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 33, n. 2, p. 373-395, 2009.

FAPERJ. **FAPERJ e Finep lançam o edital do Programa Centelha II RJ**. Disponível em: <<https://www.faperj.br/?id=367.7.1>> Acesso em: 13 de dezembro de 2023.

FGV. **Envelhecimento nas organizações e a gestão da idade 2018**. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/pesquisa_fgvbrasilprev.pdf> Acesso em: 26 de abril de 2019.

FOUCAULT, M. **The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978-79**. Editado por Michel Senellart. Traduzido por Graham Burchell. Paperback edition. Michel Foucault's Lectures at the Collège de France. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2008.

FONTES, L. The emergence of peripheral entrepreneurialism in Brazil: the formation of new subjectivities amidst the market, state, and society in the urban margins. *SciELO Preprints*, 2023. DOI: 10.1590/SciELOPreprints.6817. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/6817>. Acesso em: 4 jan. 2024.

GALLOWAY, Laura. The experiences of male gay business owners in the UK. *International Small Business Journal*, v. 30, n. 8, p. 890-906, 2012.

GARCIA-LORENZO, Lucia & SELL-TRUJILLO, Lucia & DONNELLY, Paulo. Entrepreneurship after 50: The liminal identity transitions of older emergent entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*. 2020.

GEM Global Entrepreneurship Monitor 2022. **Global Entrepreneurship Monitor 2021 / 2022 Global Report Opportunity Amid Disruption, 2022**. Disponível em: < [GEM BR 2022-2023 Relatório Executivo v7.indd \(datasebrae.com.br\)](#)>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2020**. Disponível em: < <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>>. Acesso em: 04 de Janeiro de 2022.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2017**. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 03 abril de 2019.

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

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; STEFENON, Rafael; JÚNIOR, Edmundo Inácio. **Ecosistemas empreendedores: o que são e para que servem?**. PUCPress, 2022.

GRAY, G., & SMITH, H. L. Experience versus youth: An exploratory study of the motivations of older entrepreneurs. **Strategic Change**, 29(6), 713–724, 2020.

GOV-RJ. **Observatório do Trabalho – Baixada Fluminense- fevereiro 2021**. Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/Uploads/Noticias/1327008%20-%20Fevereiro%202021%20-%20Baixada%20Fluminense.pdf>> Acesso em: 07 de Janeiro de 2022.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. A modernidade negra. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, v. 1, n. 42, 2003.

HARMS, R., LUCK, F., KRAUS, S., WALSH, S. On the motivational drivers of gray entrepreneurship: An exploratory study. **Technological Forecasting and Social Change**, 89, 358–365. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.08.001>, 2014.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael P.; A SHEPHERD, Dean. **Entrepreneurship**. 10th. ed. NY: McGraw-Hill Education, 2017.

ID_BR. “Pesquisa “Saúde financeira das mulheres negras em tempos de Covid-19””. Disponível em: . Acesso em: 27 de julho de 2020

IBGE. **Projeção da população do Brasil por sexo e idade 1980-2050: revisão**. 2008.

FARIA, L. “Faça acontecer: a política da busca por autorrealização em empresas startup no Brasil e no Reino Unido”. **Etnográfica** 24 (vol. 24 (3)): 555–76, 2020.

FERREIRA, M.P., SANTOS, J.C., SERRA, F. R. Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, 2010.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro: IFDM - ÍNDICE FIRJAN DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL - Emprego e Renda 2017. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br>> Acesso em: 20 de abril de 2017.

FGV. Envelhecimento nas organizações e a gestão da idade 2018. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/pesquisa_fgvbrasilprev.pdf> Acesso em: 26 de abril de 2019.

FOGUEL, M. N. e RUSSO, F. M. “Decomposição e Projeção da Taxa de Participação do Brasil Utilizando o Modelo Idade-Período-Corte (1992 a 2030)”, Mercado de Trabalho: conjuntura e análise. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2019.

FRASER, N. “**Why Two Karls are Better than One: Integrating Polanyi and Marx in a Critical Theory of the Current Crisis**”. Working Paper der DFG-Kollegforscher_innengruppe Postwachstumsgesellschaften 1, 2017.

HARMS, R., LUCK, F., KRAUS, S., WALSH, S. On the motivational drivers of gray entrepreneurship: An exploratory study. **Technological Forecasting and Social Change**, 89, 358–365, 2014.

HALL, Stuart. A identidade na pós-modernidade. **Rio de Janeiro: DP&A**, v. 4, 2006.

HE, W.; GOODKIND, D.; KOWAL, P. An Aging World : 2015 International Population Reports. *Aging*, n. March, p. 165, 2016.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. 2019. “Pesquisa mostra tendência da participação do brasileiro no mercado de trabalho”. Brasília, IPEA. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/190515_bmt_66_NT_de_composicao_e_projecao.pdf>. Acesso em: 07 janeiro de 2022.

IPEA. **Projeções populacionais por idade e sexo para o Brasil até 2100**. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10889>. Acesso em: 03 de janeiro de 2023.

IBGE. Projeção da população do Brasil por sexo e idade 1980-2050: revisão 2018.

IBGE. “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - (Maio/20)”. Disponível em: Acesso em: 11 de julho de 2020.

IBGE. “Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil” 2019 • n.38. Disponível: Acesso em: 1 de julho de 2020. IBGE. “Aglomerados Subnormais: Classificação preliminar e informações de saúde para o enfrentamento à Covid-19” 2020. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 11 de agosto de 2020.

ISELE, E.; ROGOFF, E. G. Senior Entrepreneurship: The New Normal. **Public Policy & Aging Report**, v. 24, n. 4, p. 141–147, 2014.

KAGEYAMA, A.; HOFFMANN, R. Pobreza no Brasil: uma perspectiva multidimensional. **Economia e Sociedade**, Campinas, SP, v. 15, n. 1, p. 79–112, 2016. Disponível

em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/view/8642922>>. Acesso em: 7 jan. 2022.

LÉVESQUE, M.; MINNITI, M. The effect of aging on entrepreneurial behavior. **Journal of Business Venturing**, v. 21, n. 2, p. 177–194, 2006.

LACKÉUS, M. Entrepreneurship in education: What, why, when, how. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf> Acesso em: 07 de Janeiro de 2022.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LASTRES, H. M. M; CASSIOLATO, J. E. e MACIEL, M. L. (Orgs.). **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará Editora, 2003.

LAVAL, C., & DARDOT, P. **A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo, Brasil: Boitempo, 2016.

LEVY, S. Interpreting consumer mythology: a structural approach to consumer behavior. *Journal of Marketing*, v. 45, n. 3, p. 49-61, 1981.

LINARDI, M. A., COSTA, J. Appraising the role of age among senior entrepreneurial intentions. European analysis based on HDI. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**. <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2020-0435>, 2021.

KAUTONEN, T., TORNIKOSKI, E. T., & KIBLER, E. Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived age norms. **Small Business Economics**, 37(2), 219–234, 2011.

KENNY, B., & ROSSITER, I. Transitioning from unemployment to self-employment for over 50s. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, 24(1), 234–255, 2018.

KRUEGER N, F. The cognitive infrastructure of opportunity emergence. **Entrepreneurship Theory Pract** 24(3):5–23, 2000.

MACHADO DA SILVA, L. A. “Da informalidade à empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho)”. **Cadernos CRH** 15 (37): 81–109, 2002.

MAZZAROL, Tim. Future research opportunities: a systematic literature review and recommendations for further research into minority entrepreneurship. **The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship**, p. 503-561, 2021.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.

MINAYO, M. C. S. (org.) **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MORRIS, M., ALLEN, J., KURATKO, D., BRANNON, D. Experiencing family business creation: Differences between family, non-family managers and founders of non-family firms. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Novembro, 1057-1084. 2010.

MUSTERD, Sako. Social and ethnic segregation in Europe: Levels, causes, and effects. **Journal of urban affairs**, v. 27, n. 3, p. 331-348, 2005.

NASSIF, V. M. J., ARMANDO, E., & LA FALCE, J. L. “O Empreendedorismo e a Pequena Empresa no Contexto do Pós Covid-19: Há luz no Fim do Túnel”. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 9(3), 2020.

NAVARRO, P.; DIAZ, C. Analisis de contenido. In: DELGADO, J.M.; GUTIERREZ, J. **Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales** Madrid: Síntesis, 1999.

NBER. National **Bureau of Economic Research**| **Pierre Azoulay (MIT) 2018**. Disponível em: <https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24489/w24489.pdf. > Acesso em: 13 de abril de 2022.

NG, T. W. H.; FELDMAN, D. C. The relationship of age to ten dimensions of job performance. **The Journal of Applied Psychology**, v. 93, n. 2, p. 392–423, 2008.

OECD - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - European Union. **The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship**. **OECD Publishing**. Paris. <https://www.oecd.org/cfe/leed/2019-ME-Policy-Highlights.pdf>. Acesso em: 22 set 2022.

OMS. Relatório Mundial de Envelhecimento e Saúde 2015. Disponível em: <<https://sbgg.org.br/wp-content/uploads/2015/10/OMS-ENVELHECIMENTO-2015-port.pdf>>. Acesso em: 20 de novembro de 2021.

PAIXÃO, Marcelo. Destino manifesto: estudo sobre o perfil familiar, social e econômico dos empreendedores/as afro-brasileiros/as dos anos 1990. **Relatório final de pesquisa**. **Brasília: PNUD**, 2003.

PECI, A. Além da dicotomia objetividade-subjetividade. In VIEIRA, M. M. F. e ZOUAIN, D. M.(orgs.). **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

PHAN, Phillip Hin Choi; VENKATARAMAN, Sankaran; VELAMURI, S. Ramakrishna (Ed.). *Entrepreneurship in emerging regions around the world: Theory, evidence and implications*. Edward Elgar Publishing, 2008.

PICNEWS. “Grupo Sai do Papel é eleito TOP 1 Ecossistema de Startups do Rio de Janeiro pelo ranking da 100 Open Startups 2023” . Disponível em: < <https://picnews.com.br/grupo-sai-do-papel-e-eleito-top-1-ecossistema-de-startups-do-rio-de-janeiro-pelo-ranking-da-100-open-startups-2023/>>. Acesso em: 21 de dezembro de 2023.

REVISTA EXAME. Mercado-de-62-mil-players-que-cresce-20-ao-ano-startupsmovimentam-a-cena-no-brasil. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-62-mil-players-que-cresce-20-ao-ano-startups-movimentam-a-cena-no-brasil/>>. Acesso em: 25 de abril de 2019.

REZENDE, Ana Flávia; MAFRA, Flávia Luciana Naves; PEREIRA, Jussara Jéssica. Empreendedorismo negro e salões étnicos: possibilidades de resistências na (re) construção social da identidade negra. **Organizações & Sociedade**, v. 25, n. 87, p. 589-609, 2018.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015.

RIES, E., *Lean Startup*, 1st ed., Crown Business, 2012.

RME. Pesquisa “Empreendedorismo no Brasil. Um recorte de gênero” 2019. Disponível em: < <https://bit.ly/2W24GYO>>. Acesso em: 14 de julho de 2020.

ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei; FRAGA, Aline Mendonça. Queering carreiras: interseccionalidades de gênero, sexualidade e classe na trajetória de um bailarino. **Cadernos de Gênero e Diversidade**, v. 6, n. 4, p. 7-32, 2020.

ROSE RAGINS, Belle. Sexual orientation in the workplace: The unique work and career experiences of gay, lesbian and bisexual workers. In: **Research in personnel and human resources management**. Emerald Group Publishing Limited, 2004. p. 35-120.

SANTOS, B. de S. *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. v. 1. 4. ed, São Paulo: Cortez, 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **O fim do império cognitivo: a afirmação das epistemologias do Sul**. Autêntica, 2019.

SARAIVA, Luiz Alex Silva; IRIGARAY, Hélio Arthur dos Reis. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso? **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, p. 337-348, 2009.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.

SEBRAE. **Painel Regional Baixada Fluminense I e II. 2016**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/SebraePainel_BaixadaFluminense.pdf> Acessado em: 03 de jan de 2020.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. “Empreendedorismo na terceira idade: histórias de sucesso”. SEBRAE Minas 2018, Belo Horizonte. Disponível em: <<https://inovacaosebraeminas.com.br/empreendedorismo-na-terceira-idade/>>. Acesso em: 28 agosto de 2019.

SEBRAE. Anuário do Trabalho nos Pequenos Negócios em 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anu%C3%A1rio%20do%20Trabalho%20nos%20Pequenos%20Neg%C3%B3cios%202016%20VF.pdf>> Acesso em: 29 de abril de 2019.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHINOHARA, E.E.R.D; NASSIF, V.M; CORRÊA, V.S; BORGES, C.V. Entrepreneur 50+: main barriers and coping strategies. **Encontro Nacional da ANPAD – EnANPAD 2023**, 2023.

SCHWAB, Klaus. World Economic Forum’s Global Competitiveness Report, 2016-2017.

SCHUMPETER, J. A. Economic Theory and Entrepreneurial History, 1949, Change and the Entrepreneur. **Revista Brasileira de Inovação, São Paulo**, vol. I, n. 2, 2002.

SCHRAMM, C.; LITAN, R. E. The growth solution. **The American**, p. 32-38, July/Aug., 2008.

SINGER, S.; AMOROS, J. E.; ARREOLA, D. M. Global entrepreneurship monitor 2014 global report. **Global Entrepreneurship Research Association**, p. 1-116, 2015.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

- STAKE, R. Qualitative Case Studies. *Strategies of Qualitative Inquiry*, p. 119, 2008.
- START UP BRASIL, Lista do Ecossistema: Investidores, Aceleradoras, Incubadoras. Disponível em: <<https://startupi.com.br/ecossistema/>>. Acesso em: 29 janeiro de 2018.
- STARTUP GENOME. The Global Startup Ecosystem Report 2023 (GSER 2023). Disponível em: <<https://startupgenome.com/report/gser2023>>. Acesso em: 21 de dezembro de 2023.
- STYPIŃSKA, J., FRANKE, A., MYRCZIK, J. Senior Entrepreneurship: The Unrevealed Driver for Social Innovation. *Frontiers in Sociology*, 4(April 2019), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2019.00030>, 2019.
- STIRZAKER, R., GALLOWAY, L., & POTTER, L. Business, Aging, and Socioemotional Selectivity: A Qualitative Study of Gray Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 0(0), 1–21, 2019.
- STRAUSS, A., & CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2008.
- SOUZA, C. “A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino”. *Rev. Katálysis* 23 (3): 700–706, 2020.
- SUBRAMANI, Joghee. Concept of Entrepreneurs and Entrepreneurship-A Critical Review. *Higher Education*, v. 2, p. 2-10, 2012.
- SCHWANDT, T. A. Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: interpretativismo, hermenêutica e construcionismo social. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed, Porto Alegre: Bookman, 2006.
- SOTO-SIMEONE, A., KAUTONEN, T. Senior entrepreneurship following unemployment: a social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*, 15(6), 1683–1706. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00395-z>, 2021.
- TEIXEIRA, Juliana. Trabalho doméstico. Editora Jandaíra, 2021.
- TEIXEIRA, Juliana Cristina et al. Inclusão e diversidade na administração: Manifesta para o futuro-presente. *Revista de Administração de Empresas*, v. 61, p. e0000-0016, 2021.
- VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? *RAC*. Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, 2014.
- VALE, G. M. V. Fatores condicionantes do empreendedorismo: redes sociais ou classes sociais? *Organizações & Sociedade*, v. 22, n. 75, p. 583–602, 2015.

VANZELLA, E.; NETO, E.; SILVA, C. A Terceira Idade e o Mercado de Trabalho – Seniors and the Labor Market. **Revista Brasileira de Ciências da Saúde**, v. 14, n. 4, p. 97–100, 2011.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERVER, Michiel; PASSENIER, David; ROESSINGH, Carel. Contextualising ethnic minority entrepreneurship beyond the west: Insights from Belize and Cambodia. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25, n. 5, p. 955-973, 2019.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa Qualitativa em Administração**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

WEBER, Paull; SCHAPER, Michael. Understanding the grey entrepreneur: a review of the literature. In: **the16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand, University of Ballarant, Victoria, Australia**. 2003.

WOODS, C. R. Asking the entrepreneur: an enquiry into entrepreneurial behavior. *Personal Construct Theory & Practice*, 3(1),1-12. 2006.

ZAHRA, S.A; COVIN, J.G. **Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis**. *J Bus Ventur* 10(1):43–59, 1995.

ZHANG, L. L., SOROKINA, N. A Study on Elderly Entrepreneurial Intention in the Hospitality and Tourism Industry in China. **Journal of Asian Finance Economics and Business**, 9(2), 335–346. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0335>, 2022.

ZHU, Y., COLLINS, A., XU, Z., SARDANA, D., CAVUSGIL, S. T. Achieving aging well through senior entrepreneurship: a three-country empirical study. **Small Business Economics**, 59(2), 665–689. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00564-8>, 2022.

8. APÊNDICE

8.1 ROTEIRO PARA AS ENTREVISTAS - EMPREENDEDORES

Título Tese: Empreendedorismo 50+: Diversos Olhares sobre as (Des)Igualdades de Oportunidades

Levantamento de dados sociodemográficos

Nome –

Data de Nascimento / idade –

Formação acadêmica:

Localização do Negócio:

País de nascimento:

Carreira

1- Fale um pouco sobre a sua vida profissional – o que estudou, em que trabalhou ou sempre foi empreendedor?

R:

2- Quando decidiu empreender e por quê? Foi por necessidade ou oportunidade?

R:

Programas de Capacitação

1- Começou com capital próprio ou de terceiros?

R:.

2- Você buscou ajuda quando iniciou seu negócio?

R:

3- Você se capacitou em algum programa para empreendedores? Como Sebrae, etc.? Procurou alguma entidade local na Baixada?

R:

Desafios

1. Caso tenha feito capacitação, você acha que os programas e instituições efetivamente te ajudaram?

R:

2. Você sentiu em algum momento discriminação por ter mais idade nesse mercado?

R:

3- Que dificuldades/obstáculos têm enfrentado hoje? Como tem tentado ultrapassar esses obstáculos?

R:

4- Se você tivesse que destacar hoje, quais seriam as suas principais dificuldades em termos técnicos ou gestão no seu dia a dia do negócio?

R:

Futuro

1- Como você enxerga seu negócio no futuro?

R:

2- Se você pudesse ter hoje a disposição uma plataforma de apoio para o seu negócio, que tipo de apoio você gostaria ter? Networking com outros empresários e negócios, banco de fornecedores, capacitações, palestras, ...?

R:

8.2 ROTEIRO PARA AS ENTREVISTAS – GESTORES PROGRAMAS

Levantamento de dados sociodemográficos

Nome -

Data de Nascimento / idade -

Formação acadêmica:

País de nascimento:

O Programa

- 1- Fale um pouco sobre o programa? Ele existe desde quando? Quais principais objetivos?
- 2- Quando você começou a atuar nele? Foi feita alguma modificação no decorrer dos anos?
- 3- Que tipo de suporte o programa dá aos empreendedores?
- 4- Você aceita qualquer faixa etária? Qual a faixa etária que mais procura o programa?
- 5- Que pontos positivos você destaca no programa?

Público terceira idade

- 1- Na sua opinião, quais as principais dificuldades que os empreendedores maiores de 60 anos enfrentam ao chegar no programa?
- 2- Eles conseguem interagir bem com os mais jovens?
- 3- Você acredita que o conteúdo está adequado a esse público ou não existe distinção?
- 4- Quais foram os maiores desafios desses empreendedores no início?

Desafios

- 1- Você acha que o programa efetivamente ajudou no crescimento dos negócios? Existe alguma taxa de sucesso?
- 2- Você acredita que empreendedores 50+ sofrem discriminação no mercado por terem mais idade? É mais difícil buscar investimento anjo ou *funding* para os negócios?

Futuro

- 1- Como você enxerga o programa no futuro?

8.3 TERMO DE CONSENTIMENTO

Eu, Daniela Longobucco Teixeira Balog, aluna do curso de Doutorado Acadêmico pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade do Grande Rio (PPGA-UNIGRANRIO), sob a orientação da professora Dra. Deborah Moraes Zouain, estou desenvolvendo a pesquisa de tese sobre empreendedorismo 50+ na Baixada Fluminense. Dessa forma, convido-o (a) a participar desta pesquisa que tem como objetivo identificar os principais órgãos de apoio ao empreendedor 50+ na região da Baixada Fluminense e entender as perspectivas desses sujeitos sobre gaps, oportunidades e desafios encontrados no mercado. Sua participação será realizada por meio de entrevista. Tal procedimento será realizado por nós dois, aplicado oral e individualmente e previamente agendado. A entrevista será gravada em áudio e a sua participação é voluntária, estando a pesquisadora à disposição para qualquer esclarecimento, de modo que sua recusa em participar em qualquer momento da pesquisa, não trará qualquer penalidade ou prejuízo.

Após ler este termo de Consentimento Livre Esclarecido, e aceitar participar da pesquisa, solicito a sua assinatura. Qualquer informação adicional acerca desta pesquisa poderá ser obtida junto ao (a) pesquisador (a) pelo e-mail: dlongobucco@gmail.com.

Consentimento Pós-Informado:

Eu, _____, fui esclarecido (a) sobre a pesquisa de tese da doutoranda Daniela Longobucco Teixeira Balog e concordo que meus dados sejam utilizados para fins acadêmicos.

Assinatura: _____.

E-mail:

Data: ____/____/____.