



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS,  
ECONÔMICAS E CONTÁBEIS.  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



ERROL FERNANDO ZEPKA PEREIRA JUNIOR

***BACKGROUND DO EMPREENDEDOR:***  
PROPOSTA E VALIDAÇÃO DE UM MODELO

RIO GRANDE  
2020

ERROL FERNANDO ZEPKA PEREIRA JUNIOR

**BACKGROUND DO EMPREENDEDOR:  
PROPOSTA E VALIDAÇÃO DE UM MODELO**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande - FURG, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão Organizacional.

Linha de pesquisa: Organizações, Mercado e Trabalho.

Orientadora: Professora Doutora Livia Castro D'Ávila

RIO GRANDE  
2020

## Ficha catalográfica

P436b	<p>Pereira Junior, Errol Fernando Zepka. <i>Background</i> do empreendedor: proposta e validação de um modelo / Errol Fernando Zepka Pereira Junior. – 2020 132 f.</p> <p>Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Administração, Rio Grande/RS, 2020. Orientadora: Dra. Livia Castro D’avila</p> <p>1. <i>Background</i> 2. História 3. Empreendedor. I. D’avila, Livia Castro. II. Título</p> <p style="text-align: right;">CDU 65.016</p>
-------	--

Catálogo na Fonte: Bibliotecário José Paulo dos Santos CRB 10/2344



### ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos 20 dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte, às 14h, realizou-se a defesa de dissertação do Programa de Pós-Graduação em Administração, nível mestrado, da Universidade Federal do Rio Grande - FURG, no Auditório da SEaD - Campus Carreiros, cuja Banca foi constituída pelos professores: Lívia Castro D'Ávila, Ana Paula Capuano da Cruz e Rubens de Araújo Amaro, para arguir do mestrando **Errol Fernando Zepka Pereira Junior**. Após a apresentação da dissertação intitulada "**Background do empreendedor: proposta e validação de um modelo**" e a arguição dos avaliadores seguida de defesa, a Banca reuniu-se e considerou o trabalho APROVADO, emitindo o parecer a seguir:

CONSIDERAR AQUILES SUGERIDOS PELA BANCA.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente Ata que após lida e aprovada será assinada pelos membros componentes da Banca.

Prof.ª Lívia Castro D'Ávila  
Orientadora

Prof.ª Ana Paula Capuano da Cruz  
FURG

Prof. Rubens de Araújo Amaro  
UFES

Dedico este trabalho a cada cientista, pesquisador e docente que acredita, defende e ensina o empreendedorismo como forma de geração de riquezas e melhoria na qualidade de vida da nação.

## AGRADECIMENTOS

Existe uma canção, chamada “*Thank you Lord*”, escrita e gravada em 1991 por Dennis Jernigan. Esta ganhou uma versão em 1998 por Ana Paula Valadão Bessa, com o nome de “Te Agradeço”. Começo os agradecimentos deste trabalho com a letra desta música na íntegra, a saber:

“Por tudo o que tens feito / Por tudo que vais fazer / Por tuas promessas e tudo que és / Eu quero te agradecer / Com todo meu ser / Te agradeço meu Senhor / Te agradeço meu Senhor / Te agradeço por me libertar e salvar / Por ter morrido em meu lugar / Te agradeço / Jesus, te agradeço / Eu te agradeço / Te agradeço.”

De uma letra tão simples e ao mesmo tempo tão precisa em descrever meu sentimento, esta canção poderia ser a tradução daquilo que há dentro de mim no fim dessa fase tão árdua e importante da minha vida chamada “Mestrado”. Início, dessa forma, meus agradecimentos a Deus que me permitiu a oportunidade de ingressar no Programa de Pós Graduação da Universidade Federal do Rio Grande, por ter me sustentado durante todo o processo e com toda sua bondade e graciosidade ter me carregado pela mão nesse momento final de conclusão da minha dissertação. Sem ele, eu nada seria, teria e nem escreveria... Jesus, te agradeço!

Na sequência, estendo meus profundos agradecimentos a minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Livia Castro D’avila. Não apenas pela orientação acadêmica deste trabalho, mas também pela orientação de vida, o seu exemplo e condução deste jovem sonhador – me permitindo sonhar e ao mesmo tempo puxando o meu pé para o chão a fim de conseguir concluir as atividades propostas. Livia: lembro como se fosse hoje a minha escolha em te tomar na parceria acadêmica, quando ao sair de uma reunião com outro possível orientador fiquei tão angustiada pela falta de empatia do mesmo em não me permitir nem mesmo propor o que eu estudaria no mestrado e nem operacionalizar da minha forma. Quase chorando, pelo anexo do pavilhão 4 da FURG, simplesmente entro na tua sala – sem nem te conhecer (pois nunca estudei contigo na graduação) e simplesmente te digo: quero fazer o mestrado, pode ser contigo? – Aquela pergunta parece até um deboche olhando isso hoje – três anos depois. Todavia, tua resposta foi a mais sensível e acolhedora possível. Não por me dizeres “sim.”, mas por entenderes a minha angústia, me estenderes a mão e me tratares com respeito durante todo o tempo em que estive debaixo da tua orientação. De tantas pessoas com tantos orientadores tão abusivos por aí, tive o privilégio de Deus me conceder a ti. Obrigado!

Quando, ainda bacharelado em administração, fui prestar o teste Anpad (pela primeira vez), foi uma experiência extremamente difícil. Naquele ano, a saber, 2017, o PPGA/FURG apenas permitia a seleção (em etapa eliminatória) dos candidatos que tivessem por nota maior ou igual a pontuação de 300 pontos no teste. Na ocasião, fiz 280 pontos e me parecia um sonho a ser arquivado, uma vez que minha condição financeira da época não me permitiria a mobilidade para qualquer cidade que aprovasse candidatos com notas dentro do

que eu tinha tirado. Foi quando soube e fiz a seleção para um outro programa – na cidade de Santana do Livramento/RS – onde meu irmão mora, pois, se passasse ali residiria com ele. Fui aprovado e com muita alegria comemorei tal feito. Fica aqui meu profundo agradecimento ao meu irmão, Luciano da Silva Ribeiro, que abriria as portas de sua casa e empresa para me receber pelo tempo que fosse necessário: te amo, mano! Obrigado!

Todavia, a gente planeja as coisas de um jeito, mas às vezes Deus vem e muda tudo no último momento. E foi o que aconteceu. Já de malas prontas para a mudança (e completamente decidido em não prestar o teste Anpad novamente), me encontro com a senhorita Nathalia Fehlberg Ribeiro. E é nesse momento que essa linda moça de olhos claros fez tudo virar de ponta a cabeça na minha vida. Me apaixonei como eu nunca achei que seria possível nessa vida – semanas antes de começar o meu mestrado em Santana do Livramento/RS. O problema? Nathalia morava em Rio Grande/RS – 397 km de distância. Se eu simplesmente fosse para lá, não teria sequência algo tão bonito que começava a nascer. O que fazer? A solução era simples: refazer o teste Anpad em fevereiro do ano seguinte e tentar o processo seletivo da FURG. O problema? Na época era inviável o pagamento para fazer o teste por uma segunda vez.

Como tudo que Deus desenhou pra mim nesse processo, aparece naquele momento minhas antigas chefes, na época em que eu trabalhava como bolsista da Secretaria de Educação a Distância da FURG: Professora Dra. Ivete Pinto Martins e Professora Doutora Danúbia Bueno Espíndola e simplesmente depositam o dinheiro da prova na minha conta corrente. Pode parecer algo simples, a quem conhece os valores do teste Anpad. Mas para mim, em 2017 era um dinheiro que eu simplesmente não teria e que através da Ivete e Danúbia simplesmente tive. Ivete e Danúbia: vocês foram anjos de Deus na minha vida. Obrigado não só pelo fato que narrei aqui, mas por todo o carinho e parceria de quase cinco anos de trabalho dentro da SEaD. Obrigado!

Dado a inscrição feita e a prova da Anpad chegando, me restava o que? Estudar. E é nesse momento que Deus coloca outro anjo na minha vida: minha antiga colega de aluno especial no PPGA/FURG, MBA Daniele Rodrigues Garcia. Unidos por um propósito, passamos a estudar dias e noites – abaixo de café, na FURG, e na casa dela – que ela abriu as portas, não somente para estudar, como que para pernoitar diversas vezes na empreitada de vencer o conteúdo da prova, de nos ajudarmos e conseguirmos as pontuações necessárias - juntos. E assim foi. Dois meses de encontros diários – dias de semana, sábados, domingos e feriados, estávamos lá estudando, estudando e estudando...Dani: sem você na minha vida naquele 2018 seria impossível imaginar estar aqui hoje. Obrigado!

Resultado chega e graças a Deus, a pontuação mínima foi alcançada. Processo seletivo feito e aqui estou... E essa história precisava ser descrita aqui.

Mestrado iniciado, colegas novos, professores novos e entro para um mundo chamado “créditos das disciplinas”; “estágio docência”; e “publicações em periódicos avaliados no Qualis Capes”. Ninguém tinha me avisado sobre isso! Mas, se era o caminho a percorrer, então era por aí que eu iria. Mesmo sem a bolsa de estudos CAPES concedida – e tendo que

trabalhar durante todo o tempo do mestrado, foi possível a publicação de 18 trabalhos em eventos nacionais, 9 em periódicos internacionais e nacionais e atualmente mais 3 aceitos para publicação. Fica aqui o meu agradecimento a cada parceiro de coautoria destes trabalhos, por tanto esforço empenhado. Não me cabe nomeá-los para não esquecer ninguém. Obrigado!

E no meio desse caminho todo, a já naquele momento, minha namorada Nathalia do meu lado em cada um dos momentos, segurando a minha mão, me estimulando e me ajudando a chegar a cada um dos degraus que subi. Hoje, já minha noiva, o que tenho a te dizer, meu amor é que tu és parte essencial disso tudo – nas mais variadas formas possíveis que possibilitaram isso ser real hoje. Te amo hoje, mais que ontem e menos que amanhã. Obrigado!

Um parágrafo desses agradecimentos é dos meus amigos. Durante o mestrado eu perdi amigos, ganhei amigos e mantive amigos. Perdi os que não entenderam os meus momentos, e foram embora, por quererem um amigo mais presente e dedicado – coisas que o mestrado e o trabalho não me permitiram ser. A esses, fica aqui meu pedido de desculpas, mas eu tinha projetos a cumprir na minha caminhada. Aos novos amigos, que ganhei nesses dois anos eu os recebo e agradeço com todo o carinho do mundo por estarem comigo nesse momento tão lindo da minha vida. Mas não posso deixar de ser nominal naqueles amigos que estavam antes, estiveram durante e permanecerão na minha vida: Andrei Nobre, Brenda Pazin, Camila Mendes, Camila Obiedo, Daniele Garcia, Eduarda Martins, Franciele Pereira, Gabrielle Reis, Jannine Dias, Kahren Pieczarka, Leonardo Reis, Letícia Barreto, Lucas Martins, Lucas Silva, e Roberta Nunes. *“No matter what you do in life, it's not legen – wait for it – dary unless your friends are there to see it”*. A vocês que sempre estiveram na minha vida: Obrigado!

Agradeço também a minha família, por apoiarem e muitas vezes terem que lidar com a minha ausência em eventos, situações, comemorações... Família: vocês são importantes para mim. Minha mãe Lucimar Pereira; meus irmãos Luciano Ribeiro, Melanie Ribeiro, Rafaela Pereira, Fernanda Pereira, Régis Pereira; meus sobrinhos Alice Ribeiro, Laisa Santos, João Vicente Ribeiro, Antônio Pereira, Theo Ribeiro; meu futuro sogro, Moisés Ribeiro. Obrigado por ser a minha base. Amo vocês. Obrigado!

Por fim, agradeço aos professores Dr. Rubens Amaro e Dra. Ana Paula Capuano por cada contribuição no trabalho – quando eu queria abraçar o mundo com a dissertação, me gerando, através de seus comentários delimitação e foco. Vocês são excelentes, e foi um prazer os ter nesses momentos direcionadores do meu trabalho. Obrigado!

Que o verbo agradecer esteja presente na vida, hoje e sempre. Obrigado!



“Deixe os homens da ciência e da aprendizagem expandirem seus conhecimentos e investigarem por meio de pesquisas cada detalhe dos registros que foram preservados para nós desde aquelas eras obscuras. Tudo o que farão será fortificar a grande simplicidade e essencial precisão das verdades registradas que iluminaram até agora a peregrinação do homem.”

Winston Leonard Spencer Churchill

PEREIRA JUNIOR, Errol Fernando Zepka. *Background do empreendedor*: proposta e validação de um modelo. 2020. 132 f. Dissertação. Mestrado em Administração (Programa de Pós Graduação em Administração). Universidade Federal do Rio Grande, 2020.

## RESUMO

O empreendedor, muito tem sido estudado a partir de perspectivas de seu sucesso, a fim de identificar características e modelos. Pouco, porém, tem sido desenvolvido no sentido de estudar o empreendedor antes do início de seu negócio. Dessa forma, o presente trabalho pretende responder: “Quais os fatores que compõem o *background* de um empreendedor?”. Para isso, desenvolveu-se por objetivo geral o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores, através da investigação de quais fatores aparecem como constituidores de *background*; a proposição de um modelo de *background* dos empreendedores e o teste deste modelo de forma empírica. A pesquisa foi operacionalizada em quatro etapas. A primeira delas, bibliográfica e bibliométrica objetivou elencar os construtos presentes na literatura. Na sequência, desenvolveram-se entrevistas com oito especialistas e um grupo focal com oito empreendedores. Destas três etapas criou-se o modelo conceitual de *background* do empreendedor. Logo após, a quarta etapa da pesquisa testou este modelo de forma empírica através de entrevistas com doze empreendedores. O resultado desta etapa levou a reformulação do modelo conceitual para um modelo dividido entre seis eixos, a saber: (a) Aspectos familiares: estrutura familiar; maneira como a pessoa foi criada; o fato de ter um empreendedor na família; e estímulos ou desestímulos a empreender. (b) Lugar de nascimento e/ou criação: a cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo; oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego); e aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo. (c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em: educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio; ensino técnico; ensino superior; pós-graduação *lato* e *stricto sensu*; e programas de educação empreendedora. (d) Aspectos sociodemográficos: mobilidade; e gênero; (e) Aspectos de atividade profissional: ter trabalhado antes de empreender; a experiência com alguma atividade, gerando know-how; e experiência negativa com chefes anteriores. (f) Aspectos de fé e/ou religião: professar uma religião; e crer na direção e ajuda divina para empreender. O modelo fica como contribuição gerencial, para utilização de recrutadores, como contribuição

da pesquisa em empreendedorismo, por ter olhado para o empreendedor antes do seu negócio e como contribuição da teoria em empreendedorismo, pela entrega reunião do mapeamento das características que compõem o *background* empreendedor.

**Palavras-chave:** *background*; história; empreendedor.

PEREIRA JUNIOR, Errol Fernando Zepka. **Background of the entrepreneur**: proposal and validation of a model. 2020. 132 f. Dissertation. Master in Administration (Graduate Program in Administration). Federal University of Rio Grande, 2020.

## ABSTRACT

The entrepreneur has been studied a lot from the perspectives of his success, in order to identify characteristics and models. Little, however, has been developed in order to study the entrepreneur before the start of his business. Thus, the present work intends to answer: “What are the factors that make up an entrepreneur's background?”. To this end, the study of the background characteristics that make up the entrepreneurs was developed, through the investigation of which factors appear as background constituents; proposing a background model for entrepreneurs and testing this model empirically. The research was carried out in four stages. The first one, bibliographic and bibliometric, aimed to raise the constructs present in the literature. Subsequently, interviews were conducted with eight specialists and a focus group with eight entrepreneurs. From these three stages, the conceptual model of the entrepreneur's background was created. Soon after, the fourth stage of the research tested this model empirically through interviews with twelve entrepreneurs. The result of this stage led to the reformulation of the conceptual model for a model divided between six axes, namely: (a) Family aspects: family structure; how the person was created; the fact of having an entrepreneur in the family; and incentives or disincentives to be undertaken. (b) Place of birth and / or creation: the culture of the place - whether or not prone to entrepreneurship; job opportunities in the region (unemployment rates); and legal aspects as barriers or facilitators to entrepreneurship. (c) Aspects of formal education - encouraging entrepreneurship in: early childhood education, initial grades, elementary school and high school; technical education; University education; lato and stricto sensu graduate courses; and entrepreneurial education programs. (d) Sociodemographic aspects: mobility; and gender; (e) Aspects of professional activity: having worked before undertaking; the experience with some activity, generating know-how; and negative experience with previous bosses. (f) Aspects of faith and / or religion: professing a religion; and believe in divine direction and help to undertake. The model remains as a managerial contribution, for the use of recruiters, as a contribution of

research in entrepreneurship, for having looked at the entrepreneur before his business and as a contribution of the theory in entrepreneurship, by delivering the characteristics that make up the entrepreneurial background.

**Keywords:** background; history; entrepreneur.

PEREIRA JUNIOR, Errol Fernando Zepka. **Antecedentes del emprendedor**: propuesta y validación de un modelo. 2020. 132 f. Disertación Máster en Administración (Programa de Posgrado en Administración). Universidad Federal de Río Grande, 2020.

## RESUMÉN

El emprendedor ha sido estudiado mucho desde la perspectiva de su éxito, para identificar características y modelos. Sin embargo, poco se ha desarrollado para estudiar al empresario antes del inicio de su negocio. Por lo tanto, el presente trabajo pretende responder: "¿Cuáles son los factores que conforman los antecedentes de un emprendedor?". Para este propósito, se desarrolló el estudio de las características de fondo que constituyen los empresarios, a través de la investigación de qué factores aparecen como constituyentes de fondo; proponiendo un modelo de fondo para emprendedores y probando empíricamente este modelo. La investigación se llevó a cabo en cuatro etapas. El primero, bibliográfico y bibliométrico, tenía como objetivo elevar los constructos presentes en la literatura. Posteriormente, se realizaron entrevistas con ocho especialistas y un grupo focal con ocho empresarios. A partir de estas tres etapas, se creó el modelo conceptual de los antecedentes del emprendedor. Poco después, la cuarta etapa de la investigación probó este modelo empíricamente a través de entrevistas con doce empresarios. El resultado de esta etapa condujo a la reformulación del modelo conceptual para un modelo dividido entre seis ejes, a saber: (a) Aspectos familiares: estructura familiar; cómo se creó la persona; el hecho de tener un emprendedor en la familia; e incentivos o desincentivos a emprender. (b) Lugar de nacimiento y / o creación: la cultura del lugar, sea o no propenso al emprendimiento; oportunidades de empleo en la región (tasas de desempleo); y aspectos legales como barreras o facilitadores del emprendimiento. (c) Aspectos de la educación formal: fomento del emprendimiento en: educación de la primera infancia, grados iniciales, escuela primaria y secundaria; educación técnica; enseñanza superior; cursos de posgrado lato y stricto sensu; y programas de educación empresarial. (d) Aspectos sociodemográficos: movilidad; y género; (e) Aspectos de la actividad profesional: haber trabajado antes de emprender; la experiencia con alguna actividad, generando know-how; y experiencia negativa con jefes anteriores. (f) Aspectos de fe y / o religión: profesar una religión; y cree en la dirección divina y ayuda a emprender. El modelo permanece como una contribución gerencial, para el uso de reclutadores, como una contribución de investigación en emprendimiento, por haber mirado al emprendedor antes de su negocio y como una

contribución de la teoría en emprendimiento, para la entrega de las características que componen el trasfondo emprendedor.

**Palabras llave:** fondo; historia; empresario.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	24
2 <i>BACKGROUND</i> EM EMPREENDEDORISMO .....	29
2.1 <i>Background</i> .....	29
2.1.1 Evolução das pesquisas .....	32
2.1.2 Países mais produtivos .....	33
2.1.3 Instituições mais produtivas .....	35
2.1.4 Palavras-chave mais utilizadas.....	36
2.1.5 Tipos de documentos e fontes mais produtivas.....	37
2.1.6 Autores e suas nacionalidades.....	38
2.1.7 Idioma mais utilizado .....	39
2.1.8 Revisão sistemática da literatura .....	39
2.1.9 As características do empreendedor .....	45
2.1.10 Empreendedores e suas taxonomias.....	48
3 MÉTODO .....	53
3.1 Revisão sistemática e bibliométrica de literatura.....	53
3.2 Entrevistas com especialistas .....	57
3.3 Grupo focal com empreendedores .....	61
3.4 Entrevistas com empreendedores – etapa confirmatória .....	63
4 <i>BACKGROUND</i> DO EMPREENDEDOR: CONSTRUÇÃO DE UM MODELO CONCEITUAL.....	68
4.1 Entrevistas em profundidade com especialistas.....	68
4.2 Grupo focal com empreendedores .....	76
5 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA.....	81
6 ETAPA CONFIRMATÓRIA: ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES.....	83
7 <i>BACKGROUND</i> DO EMPREENDEDOR: A PROPOSTA DE UM MODELO.....	92



8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	102
REFERÊNCIAS .....	108
APÊNDICES .....	116
APÊNDICE A - Roteiro de entrevista semiestruturado.....	117
APÊNDICE B – Convite enviado aos especialistas .....	119
APÊNDICE C – Listagem dos entrevistados na etapa exploratória .....	121
APÊNDICE D – Roteiro de Perguntas Grupo Focal com os empreendedores .....	127
APÊNDICE E – Roteiro de Perguntas das Entrevistas com os empreendedores .....	130

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Desenho do método de pesquisa .....	67
<b>Figura 2:</b> Modelo conceitual de <i>Background</i> do Empreendedor .....	82
<b>Figura 3:</b> Modelo conceitual de <i>Background</i> do Empreendedor - ajustado .....	100
<b>Figura 4:</b> <i>Background</i> do Empreendedor - A proposição de um modelo.....	101

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Total de documentos publicados com o tema “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016.....	33
--	----

## LISTA DE SIGLAS

EaD	Educação a distancia
IBGE	Instituto brasileiro de geografia e estatística
LDB	Lei de Diretrizes Básica
MBA	<i>Master of Business Administration</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
SEBRAE	Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas
SENAI	Serviço nacional de aprendizagem industrial
FURG	Universidade Federal do Rio Grande

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Buscas sobre “ <i>Background</i> em Empreendedorismo e Inovação” nas bases dados .	31
<b>Tabela 2:</b> Países a nível mundial que mais publicaram sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016.....	34
<b>Tabela 3:</b> Fontes onde mais se publicou sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016 .....	37

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Artigos publicados mundialmente sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016 .....	31
<b>Quadro 2:</b> Instituições que mais publicaram sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016 .....	35
<b>Quadro 3:</b> Palavras-chave mais utilizadas nos artigos sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016.....	36
<b>Quadro 4:</b> Fontes que mais publicaram sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016 .....	37
<b>Quadro 5:</b> Autores e nacionalidades dos que publicaram sobre “ <i>background</i> em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016.....	38
<b>Quadro 6:</b> Classificações das características de <i>background</i> dos artigos.....	44
<b>Quadro 7:</b> Características pessoais elencadas para a figura do empreendedor ao longo dos anos.....	45
<b>Quadro 8:</b> <i>Background</i> dos empreendedores na visão de Tajra (2009) .....	48
<b>Quadro 9:</b> Origens dos empreendedores na visão de Bernardi (2012).....	49
<b>Quadro 10:</b> Origens dos empreendedores na visão de Dornelas (2015) .....	50
<b>Quadro 11:</b> Agrupamento das taxonomias sobre fatores e tipos de empreendedores .....	51
<b>Quadro 12:</b> Classificação e perfil dos especialistas entrevistados .....	59
<b>Quadro 13:</b> Classificação e perfil dos empreendedores entrevistados no grupo focal.....	62
<b>Quadro 14:</b> Classificação e perfil dos empreendedores entrevistados nas entrevistas individuais em profundidade .....	65
<b>Quadro 15:</b> Modelo conceitual de <i>Background</i> do Empreendedor .....	81
<b>Quadro 16:</b> Confirmação dos construtos do modelo conceitual .....	97

<b>Quadro 17:</b> Modelo conceitual de <i>Background</i> do Empreendedor - ajustado .....	99
<b>Quadro 18:</b> Background do <i>Empreendedor</i> - A proposição de um modelo.....	100

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedor é um inovador e a inovação traz desenvolvimento econômico por meio de uma combinação diferenciada de recursos já existentes (SCHUMPETER, 1934). O empreendedorismo enquanto fator gerador de inovação e desenvolvimento vem sendo estudado e estabelecido por todo o século XX, desde a popularização das ideias de Schumpeter em suas publicações no início do século XX (DRUCKER, 2014). Até então, muito foi produzido e escrito acerca do tema. A pesquisa na área buscou atribuir características específicas aos empreendedores, já outras procuraram determinar o empreendedor como alguém que possa ser construído socialmente. O empreendedorismo tem sido visto como um caminho para a mobilidade social ascendente e um impulsionador da inovação, criação de empregos e crescimento social, levando até mesmo à criação de políticas destinadas a incentivar o empreendedorismo, muitas delas gerando resultados positivos para os países (LINDQUIST et al., 2016).

Nesse sentido, Pasternak (2014) entende que o empreendedorismo é um fenômeno conhecido mundialmente que ao longo dos anos tem despertado cada vez mais interesse e aparecido cada vez mais nas investigações acadêmicas, na opinião pública e na vida diária das pessoas. No início do século XXI, os estudos passaram a ser direcionados, ainda que de forma sutil, ao estudo da pessoa empreendedora, a fim de entender quem o é, como se constitui. Nesse ínterim, apareceram estudos voltados a características pessoais, antecedentes escolares e acadêmicos, antecedentes profissionais, antecedentes familiares, relações com a empresa em que trabalham, ou mesmo outras. Resende, Fonseca e Campos (2014) explicam que todas estas classificações e tipologias cumprem seu papel dentro do contexto no qual se propõem, porém padecem da limitação típica de qualquer classificação de, ou serem muito abrangentes e pouco específicas, ou muito específicas e pouco abrangentes.

Paes et al. (2019), apresenta algumas variáveis como determinantes ou de impacto sobre as escolhas das pessoas pelo empreendedorismo. Os autores elencam características únicas do indivíduo, como educação, capital humano, idade, personalidade, aversão ao risco, os níveis de capital humano são mensurados de acordo com os anos de formação acadêmica ou profissional, tornando os agentes mais assertivos quanto ao reconhecimento e à execução de projetos ou oportunidades, capacitando-lhes para serem empreendedores. Reynolds et al. (1994) realizaram um estudo sobre as características pessoais dos empreendedores que



alcançaram o sucesso, destacando visão e gestão de negócios, proatividade na prospecção de oportunidades, experiência profissional, origem étnica e nível de estudos.

Ainda no trabalho de Pasternak (2014), a autora apresenta que a prévia experiência profissional e o enquadramento familiar revelam-se como fatores do *background* dos empreendedores importantes na decisão de criar um novo negócio, e a influência do *background* dos empreendedores acaba por ser similar em países culturalmente distintos. Todavia, a autora conclui seu trabalho apontando como direcionamento de futuras pesquisas a ideia de procurar entender a figura do empreendedor e seu *background* de forma mais ampla.

Mesmo revisando-se a literatura e sendo procurados em diversas bases de dados, as características de *background* do empreendedor pouco aparecem estudadas.

Vários estudos indicam que a inovação está conectada também à figura do empreendedor. Estudo desenvolvido por Fernandes et al., (2020) apresenta a conceituação do que é ser empreendedor. Os autores expandem o conceito para além do comumente dito “criar uma empresa”. Outra forma que também pode ser exposta é o indivíduo que tem uma empresa, gerencia, responde por ela ou até mesmo a representa. Neste sentido, os gestores que estão em posições estratégicas também podem ser chamados de empreendedores. Os autores também apresentam a característica de inovação atrelada ao conceito da essência do que é ser empreendedor. Para Drucker e Noel (1986), é através da inovação que os empreendedores exploram a mudança como uma nova oportunidade de negócio, desta forma, os empreendedores precisam buscar inovação, entender seus princípios e colocá-los em prática, tendo resultados em suas empresas e promovendo, ainda que indiretamente, o desenvolvimento na sociedade.

O fato fundamental de que agentes - indivíduos e empresas – são mais ou menos competentes no que estão fazendo e que podem aprender a se tornar mais competentes pode ser uma abstração um tanto problemática em uma economia onde parece que a distribuição de competência se torna cada vez mais desigual e a capacidade de aprender tende a se tornar o fator mais importante por trás do sucesso econômico de pessoas, organizações e regiões (LUNDVALL e JOHNSON, 1994).

Existe uma estreita conexão entre aprendizado e inovação. Lundvall (2007) aponta que o desenvolvimento depende da mudança técnica e organizacional causada por processos

contínuos de inovação. As inovações introduzem conhecimento técnico e organizacional no mercado. Este conhecimento pode ser entendido como "resultados da aprendizagem", e acabam contribuindo para a remoção de fronteiras de falta de oportunidades de aprendizagem e a falta de oportunidades econômicas. Este conhecimento também contribui para o aumento de liberdades substantivas como a capacidade de trabalhar, comunicar, aprender e participar democraticamente nos processos políticos. Eles são meios importantes no processo de desenvolvimento.

Outro estudo, desenvolvido por Silveira-Martins et al. (2017), objetivou analisar a associação entre a orientação empreendedora e a capacidade gerencial sob as óticas unidimensional e multidimensional. Os autores mostraram que ambas as abordagens da orientação empreendedora para a inovação estão associadas de maneira linear com a capacidade gerencial dos tomadores de decisões. Assim, ambas as correntes teóricas e/ou abordagens que defendem os processos, tanto uni como multidimensional da orientação empreendedora como fonte de resultados, possuem efeito gerencial positivo e não são excludentes, apenas devem ser consideradas em função das estratégias assumidas pelos tomadores de decisões para determinado cenário. Os autores também mostraram que esta capacidade gerencial é desenvolvida pela atuação do empreendedor ao longo de sua vida.

Nesse sentido alguns estudos vêm sendo desenvolvidos, colocando algumas características de *background* do empreendedor, mas de forma isolada. Nos estudos de Kinias, 2013; e Bernardi (2012), os autores inferem sobre como aspectos familiares podem influenciar na constituição no *background* do empreendedor. Já Westley (1992); e Lee et al. (2004) introduzem a ideia de que o lugar onde a pessoa nasceu ou foi criada, influencia no *background* do empreendedor. Para Popelka et al. (1992) aspectos de educação informal também tem sua colaboração nesse *background*. Ainda nesse sentido, para de Harlez e Malagueño (2016) a formação acadêmica e profissional, a significação que o gestor dá a essa formação, e a vivência de sua experiência atuando junto à área em situações anteriores também influem no *background*. Outros estudos defendem que o *background* também é influenciado pelo tipo de atividade das empresas anteriores, as experiências de trabalho anteriores (o tempo e atividades desenvolvidas), a posição que essas pessoas ocupavam nestes trabalhos, a saber: Boca (2014); Bessant (2015); e Alonso-Almeida et al. (2015). Para Diochon et al. (2005), antecedentes sócio demográficos (idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, idioma e mobilidade) influenciam neste *background*. Por fim, o estudo de

Wang et al. (2012) coloca a ideia de que este *background* também vem a ser constituído das tradições filosóficas e valores culturais, e religiosas.

Mesmo diante de todos estes estudos supracitados de características ou aspectos que influenciem no *background* do empreendedor, de forma isolada, ainda permanece em aberto a explicação de o que constitui o *background* do empreendedor de forma holística e integrada. Poucos, porém, são os estudos que procuraram mapear as características e capacidades que o empreendedor desenvolve ou é constituído até o “momento zero” do início de seu empreendimento. Além de assunção a riscos, entende-se que a trajetória pessoal deste empreendedor pode inferir nas suas decisões que promovam inovação. Tendo em vista a abundância de estudos que mostram as características do processo empreendedor, mas a escassez destes quanto à figura do empreendedor, estudos que mapeiem as características que conduzam o empreendedor à inovação ganham espaço para serem desenvolvidos.

Desta forma, este trabalho visa responder ao seguinte **problema de pesquisa**: Quais os fatores que compõem o *background* de um empreendedor?

A fim de responder ao problema de pesquisa, tem-se por **objetivo geral** o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores.

Para alcançar-se o objetivo geral, apresentam-se, a seguir os **objetivos específicos** deste trabalho: (i) investigar quais fatores aparecem como constituidores de *background*; (ii) propor um modelo de *background* dos empreendedores; e (iii) testar este modelo de forma empírica.

Este trabalho está dividido em oito capítulos. Após a introdução, o capítulo 2, apresenta-se a revisão bibliométrica e sistemática da literatura acerca do *background* dos empreendedores, culminando em um agrupamento das taxonomias encontradas na literatura de base. Na sequência, no capítulo 3 encontra-se todo o método utilizado ao realizarem-se as análises da revisão bibliométrica e sistemática da literatura, das entrevistas exploratórias com especialistas, do grupo focal com os empreendedores e das entrevistas confirmatórias com os empreendedores. Já no capítulo 4 descrevem-se e analisam-se as entrevistas exploratórias com especialistas e o grupo focal com os empreendedores. Sequencialmente, no capítulo 5 apresenta-se o modelo conceitual da pesquisa. O capítulo 6 apresenta a etapa confirmatória do modelo através das entrevistas com empreendedores. Por fim, os capítulos 7 e 8 apresentam o

modelo proposto de *background* do empreendedor, pelo presente trabalho e as considerações finais do mesmo – respectivamente.

## **2 BACKGROUND EM EMPREENDEDORISMO**

Este capítulo tem por objetivo apresentar o embasamento teórico sobre as formas de se delimitar o *background* dos empreendedores e suas taxonomias.

### **2.1 Background**

Kinias (2013) introduz que o termo “empreendedor” começou seu uso na França, ainda no século XV, para descrever o comandante que levaria as tropas até à batalha.

É na década de 30, que Schumpeter (1934) vai postular que o empreendedorismo é o mecanismo pelo qual a sociedade transforma informações técnicas em produtos e serviços, sendo o empreendedor aquele que consegue identificar uma oportunidade, inovar, quebrar a ordem existente até então e criar um novo mercado. Ainda Schumpeter (1934) coloca o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais. Posteriormente, na década de 40, os estudos de Schumpeter (1942) enxerga o empreendedor como o indivíduo que promove a geração de riquezas da sociedade. A função do empreendedor de Schumpeter (1942) é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica para produzir uma nova mercadoria ou produzir uma antiga de uma maneira nova.

Já os estudos de McClelland (1967) colocam o empreendedor como aquele que assume riscos moderados, possui alta necessidade de realização e determinadas características comportamentais. É na década de 80, que Drucker e Noel (1986) vão associar o empreendedor com a inovação, como o indivíduo que inventa algo novo, diferenciado e consegue gerenciar valores nisto. Para os autores, é através da inovação que os empreendedores exploram a mudança como uma nova oportunidade de negócio, desta forma, os empreendedores precisam buscar inovação, entender seus princípios e colocá-los em prática, a fim de promover o desenvolvimento na sociedade.

A centralidade do empreendedor no processo de *start-up* é refletida no papel integral de fatores individuais entre os vários modelos do processo empreendedor. Investigações empíricas estudaram o impacto de fatores individuais nas intenções das pessoas de iniciar um negócio, bem como esses fatores afetam as ações daqueles que conseguem estabelecer uma empresa (MAZZAROL et al., 1999).

O trabalho de Hitt et al. (2011) aponta a liderança empreendedora como um componente central do empreendedorismo estratégico - um conceito que pode envolver a aquisição de recursos, desenvolvimento e implantação nos níveis individual, organizacional e social. Todavia, Wang et al. (2012) entendem que mesmo no nível organizacional, mais pesquisas são necessárias para abordar como o ambiente interno, que os autores definem como cultura organizacional, foco estratégico, estrutura, processos e sistemas interage com uma visão empreendedora para estimular as atividades empreendedoras. Para os autores, essas fragilidades da pesquisa de empreendedorismo estratégico dificultam o desenvolvimento conceitual e empírico sobre o perfil empreendedor, resultando em uma lacuna de pesquisa sobre como diferentes fatores do contexto de liderança empresarial interagem para influenciar as atividades empresariais de uma empresa.

Kinias (2013) entende que outra variável muito importante para o desenvolvimento do empreendedorismo é o passado do empreendedor (que o autor chama de *background*). Para o autor, a receptividade à ideia de empreender e a decisão de seguir no processo de empreendedorismo depende de sua família, e por isso, é muito comum que pessoas que cresceram em uma família com atividades empreendedoras continuem a tradição da família, seja em continuar um negócio ou iniciar um novo negócio, mas também é comum os filhos de funcionários públicos ou privados serem empurrados pelo ambiente familiar para uma carreira de funcionário e enfrentarem com medo qualquer perspectiva empreendedora.

Em um primeiro momento foi feita uma revisão sistemática sobre as publicações em nível mundial que estivessem trabalhando com *background* dos empreendedores e gestores que tem desenvolvido inovações. A coleta de dados iniciou em uma busca feita em periódicos disponibilizados pela Capes, no mês de fevereiro de 2019. As bases de dados escolhidas para a coleta de artigos foram *Science Direct*, *Scopus*, e *Web of Science*. Foram feitas duas pesquisas em cada base de dados, sendo elas: "*personal background*" and (*entrepreneur*); e "*personal background*" and (*innovation*).

Na base de dados *Science Direct*, foi procurado nos resumos, títulos e palavras chaves (*abstract, title, keyword*) e o resultado desta foram vinte e um artigos. Já na base de dados *Scopus*, foi procurado no título, resumo e palavras-chave (*article, title, abstract, keyboard*), resultando-se em um total de trinta e um artigos. Por fim, na base de dados *Web of Science*, foi procurado nos tópicos (*topic*), e obteve-se doze artigos. Nesta primeira etapa da pesquisa, trabalhou-se com sessenta e quatro artigos. Pode-se observar um detalhamento maior na tabela 1 a seguir.

**Tabela 1:** Buscas sobre “*Background* em Empreendedorismo e Inovação” nas bases dados

Busca nas bases	<i>Science direct</i>	<i>Scopus</i>	<i>Web of Science</i>	Total das busca dos termos
"personal background" and (entrepreneur)	11	15	7	33
"personal background" and (innovation)	10	16	5	31
<b>Total das busca nas bases de dados</b>	21	31	12	<b>64</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Em primeiro momento, juntaram-se todos os resultados das três bases de dados. Logo em seguida, lendo-se cada resumo de cada um dos artigos, retirou-se todos os artigos que estivessem repetidos (aparecem em mais do que uma base de dados) e também os que não estavam de acordo com a proposta da presente pesquisa.

É importante destacar que apenas foram trabalhados artigos de fonte aberta, em bases de dados na internet que não necessitassem o pagamento para ter-se acesso. A primeira etapa, de coletas de dados, finalizou com uma população total de onze artigos. É válido destacar que esta pesquisa não filtrou artigos por temporalidade, mas os artigos resultantes acabaram compreendendo um aspecto temporal entre 1991 e 2016. O resultado desta etapa de pesquisa pode ser percebido no quadro 1, a seguir.

**Quadro 1:** Artigos publicados mundialmente sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

ID	Referência
1	ACHLEITNER, A. K.; KASERER, C.; WAGNER, N.; POECH, A.; BRIXNER, M. German business ventures - entrepreneurs, success factors, and financing. In: GREGORIOU, G. N.; KOOLI, M.; KRAUSSL, R. (Orgs.) <b>Venture Capital in Europe</b> . Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007. p. 199-201

	6.
2	ALONSO-ALMEIDA, M. D. M.; PERRAMN, J.; BAGUR, L. Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. In: L Women's Studies International Forum, 50., 2015. <b>Anais eletrônicos</b> . Pergamon, 2015. p. 47-56.
3	BOCA, D. G. Modeling the Future Entrepreneurship. <b>Procedia – Social and Behavioral Sciences</b> , v. 109, n. 1, p. 427-431, 2014.
4	de HARLEZ, Y.; MALAGUEÑO R. Examining the joint effects of strategic priorities, use of management control systems, and personal <i>background</i> on hospital performance. <b>Management Accounting Research</b> , v. 30, n.1, p. 2-17, 2016.
5	DIOCHON, M.; MENZIES, T. V.; GASSE, Y. Canadian Nascent Entrepreneurs' Start-up Efforts: Outcomes and Individual Influences on Sustainability. <b>Journal of Small Business and Entrepreneurship</b> , v. 18, n. 1, p. 53-74, 2005.
6	HADZIC, M.; DINC, S. M. The relationship among personal <i>background</i> , personality traits, environmental factors and entrepreneurial intention of women in northern Montenegro, in: XVI International Conference on Economic and Social Studies, 16., 2016. <b>Anais eletrônicos</b> . Sarajevo, 2016. p. 27-34.
7	KINIAS, I. G. The Importance of the Entrepreneurial <i>Background</i> in the Detection and the Utilization of the Information. <b>Procedia - Social and Behavioral Sciences</b> , v. 73, n. 1, p. 564-572, 2013.
8	POPELKA, C. A.; FANSLow, A. M.; LITTRELL, M. A. Profiles of Success: Mexican Textile Handcraft Entrepreneurs and Their Businesses. <b>Home Economics Research Journal</b> , v. 20, n. 4, p. 235-253, 1992.
9	WANG, C. L.; TEE, D. D.; AHMED, P. K. Entrepreneurial leadership and context in Chinese firms: A tale of two Chinese private enterprises. <b>Asia Pacific Business Review</b> , v. 18, n. 4, p. 505-530, 2012.
10	WENG, Y. H.; KUO, K. N.; YANG, C. Y.; LO, H. L.; CHEN, C.; CHIU, Y. W. Implementation of evidence-based practice across medical, nursing, pharmacological and allied healthcare professionals: A questionnaire survey in nationwide hospital settings. <b>Implementation Science</b> , v. 8, n. 1, p. 1-10, 2013.
11	WESTLEY, F. Bob Geldof and Live Aid: The Affective Side of Global Social Innovation. <b>Human Relations</b> , v. 44, n. 10, p. 1011-1036, 1991.

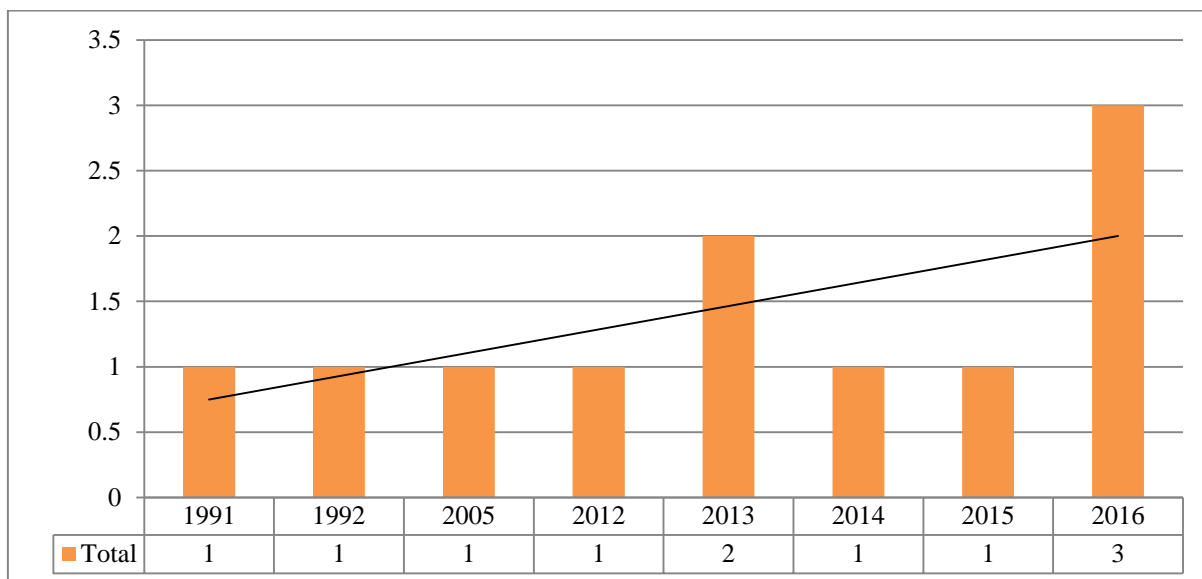
Fonte: dados da pesquisa (2019).

### 2.1.1 Evolução das pesquisas

Objetivando mensurar o progresso de produção científica da amostra analisada com relação aos modelos de capacidades de inovação, na publicação mundial, construiu-se um histograma de acordo com o número de publicações identificadas por ano, assim como, sua respectiva linha de tendência linear, exposta no gráfico 1. Constata-se que a produção da amostra, no período analisado, apresenta certo crescimento em interesse. Destaca-se, no entanto, os anos de 2013 e 2016 com uma maior quantidade de publicações.



**Gráfico 1:** Total de documentos publicados com o tema “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016



Fonte: dados da pesquisa (2019).

### 2.1.2 Países mais produtivos

A fim de verificar quais os países mais produtivos sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” em nível mundial foi feita uma contagem simples da quantidade de artigos que foram publicados em cada país, atribuindo-se uma frequência de 1 para cada publicação, e depois juntando e somando as recorrências, logo após esses dados foram organizados em ordem decrescente de resultados, ou seja, do país que tem mais artigos publicados para o que tem menos. Resultando em artigos publicados em dez países diferentes.

A liderança na quantidade de estudos sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” neste intervalo de 1991/2016 é de Taiwan, com seis artigos publicados em uma amostra de contagem de vinte e nove, estando presente em 20,68% de todos os artigos analisados. Destes artigos, Taiwan contabiliza um total de quatrocentos e sessenta e oito citações. Outros dados referentes a Taiwan são os indicadores de quantidade de citações divididos pela quantidade de publicações (C/P) e a quantidade de publicações divididas pela

população do país em milhões de habitantes (P/Pop). Nestes indicadores, Taiwan obteve um índice de C/P de 78,00 e de P/Pop de 0,25.

Logo após Taiwan, estão a Alemanha com cinco publicações, seguidos pelo Reino Unido, com quatro publicações. Nesse sentido, frente aos números totais de trabalhos publicados, os países obtiveram um total de trabalhos referenciando-os de cinco para a Alemanha e cento e setenta e nove para o Reino Unido. Estes países ainda possuem índices de C/P e P/Pop de 1,00 e 0,20 para a Alemanha e de 44,75 e 0,06 para o Reino Unido.

Levando em consideração apenas os índices P/Pop houve um país que apresentou índices superiores. Com base nisso, o país destacado foi a Bósnia Herzegovina, apresentando um índice de P/pop de 0,26. As informações obtidas do resultado desta etapa da pesquisa podem ser observadas na Tabela 2.

**Tabela 2:** Países a nível mundial que mais publicaram sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

Ranking	País	Nº de publicações	Nº de citações	C/P	Pop	P/Pop
1	Taiwan	6	468	78.00	23.46	0.25
2	Alemanha	5	5	1.00	23.92	0.20
3	Reino Unido	4	179	44.75	64.8	0.06
4	Canadá	3	119	39.67	35.85	0.08
5	Espanha	3	57	19.00	46.44	0.06
6	Estados Unidos	3	48	16.00	325.72	0.009
7	Bósnia Herzegovina	2	0	0.00	3.51	0.56
8	França	1	35	35.00	66.99	0.01
9	Grécia	1	3	3.00	10.74	0.09
10	Romênia	1	4	4.00	19.52	0.05

Legenda:

C/P: quantidade de citações divididos pela quantidade de publicações

Pop: população do país em milhões

P/Pop: quantidade de publicações dividido pela população do país em milhões de habitantes

Fonte: dados da pesquisa (2019).

É válido destacar que esta etapa da pesquisa foi realizada em 16 de fevereiro de 2019, contabilizando-se as citações e taxas populacionais que se apresentavam até o momento.

### 2.1.3 Instituições mais produtivas

No que diz respeito às instituições de onde são provenientes estas publicações, foram definidas as instituições mais produtivas. Foram identificadas vinte instituições. Destaca-se a Alemanha como o país com a instituição mais produtiva, a saber: *Technische Universität München*. O resultado detalhado desta parte da análise pode ser observado a seguir, no quadro 2.

**Quadro 2:** Instituições que mais publicaram sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

ID	Instituição	País	Nº de recorrências
1	<i>Technische Universität München</i>	Alemanha	5
2	<i>Chang Gung University College of Medicine</i>	Taiwan	2
3	<i>International Burch University</i>	Bósnia Herzegovina	2
4	<i>Iowa State University</i>	Estados Unidos	2
5	<i>Monash University</i>	Reino Unido	2
6	<i>Taipei Medical University,</i>	Taiwan	2
7	<i>Universitat Pompeu Fabra</i>	Espanha	2
8	<i>Faculty of Business</i>	Canadá	1
9	<i>IESEG School of Management</i>	França	1
10	<i>Kaohsiung Medical University,</i>	Taiwan	1
11	<i>McGill University</i>	Canada	1
12	<i>National Health Research Institutes,</i>	Taiwan	1
13	<i>North Center University of Baia Mare</i>	Romênia	1
14	<i>Oklahoma State University</i>	Estados Unidos	1
15	<i>St.Francis Xavier University</i>	Canadá	1
16	<i>Universidad Autónoma de Madrid</i>	Espanha	1
17	<i>Université Laval</i>	Canadá	1
18	<i>University of Essex</i>	Reino Unido	1
19	<i>University of London</i>	Reino Unido	1
20	<i>University of the Aegean</i>	Grécia	1

Fonte: dados da pesquisa (2019).

### 2.1.4 Palavras-chave mais utilizadas

Após a análise das instituições mais produtivas, foram analisadas quais as palavras-chave mais recorrentes nos artigos. As palavras-chave mais recorrentes mostram direta relação com as expressões que foram utilizadas na coleta de dados. Foi atribuído a frequência de um para cada palavra-chave de cada artigo, chegando-se a um total de vinte e seis palavras. Logo após, foram agrupadas palavras iguais, no que se obteve vinte e quatro palavras. A palavra que apareceu em maior frequência foi *entrepreneurship* com três recorrências. Contabilizando-se outras palavras-chave que também indicam *entrepreneurship* (*entrepreneurial background*, *entrepreneurial intention* e *entrepreneurial leadership*), este valor alcança 6 recorrências. O resultado detalhado desta parte da análise pode ser observado a seguir, no quadro 3.

**Quadro 3:** Palavras-chave mais utilizadas nos artigos sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

Ranking	Palavra-chave	Nº de recorrências
1	<i>Entrepreneurship</i>	3
2	<i>Aid</i>	1
3	<i>Chinese</i>	1
4	<i>chinese culture and philosophies</i>	1
5	<i>entrepreneurial background</i>	1
6	<i>entrepreneurial intention</i>	1
7	<i>entrepreneurial leadership</i>	1
8	<i>famine relief</i>	1
9	<i>hospital performance</i>	1
10	<i>Information</i>	1
11	<i>interactive use</i>	1
12	<i>Manufacture</i>	1
13	<i>Montenegro</i>	1
14	<i>multilevel leadership contexto</i>	1
15	<i>music industry</i>	1
16	<i>performance measurement systems</i>	1
17	<i>personal background</i>	1
18	<i>private enterprises</i>	1
19	<i>qualitative case study</i>	1
20	<i>quality modelling</i>	1
21	<i>reengineering management</i>	1
22	<i>strategic priorities</i>	1
23	<i>unemployed women</i>	1
24	<i>visionary leadership</i>	1

Fonte: dados da pesquisa (2019).

### 2.1.5 Tipos de documentos e fontes mais produtivas

Outras informações que adquirem relevância para com o objetivo do trabalho os tipos de documentos publicados e os lugares onde estes trabalhos foram publicados. Quanto aos tipos de documentos publicados neste período de 1991 e 2016, destaca-se que quase a totalidade de trabalhos publicados foi em *journals* (72,73%), seguidos por trabalhos publicados em eventos (18,18%) e por fim, capítulos em livro (9,09%). O resultado desta etapa de pesquisa pode ser conferido a seguir, na tabela 3.

**Tabela 3:** Fontes onde mais se publicou sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

ID	Tipos de fontes	Nº de trabalhos publicados	%
1	Artigos de <i>Journals</i>	8	72.73
2	Trabalhos em eventos científicos	2	18.18
3	Capítulos de livros	1	9.09

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No prosseguimento da análise mostra-se que a fonte que mais publicou sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016 foi o *jornal: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, com dois trabalhos. O resultado desta etapa da pesquisa pode ser conferido no quadro 4, a seguir.

**Quadro 4:** Fontes que mais publicaram sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

ID	Fonte	Tipo de Fonte	Nº de artigos
1	<i>Procedia – Social and Behavioral Sciences</i>	<i>Journal</i>	2
2	<i>International Conference on Economic and Social Studies</i>	Evento Científico	1
3	<i>Women's Studies International Forum</i>	Evento Científico	1
4	<i>Asia Pacific Business Review</i>	<i>Journal</i>	1
5	<i>Home Economics Research Journal</i>	<i>Journal</i>	1
6	<i>Human Relations</i>	<i>Journal</i>	1
7	<i>Implementation Science</i>	<i>Journal</i>	1
8	<i>Journal of Small Business and Entrepreneurship</i>	<i>Journal</i>	1
9	<i>Management Accounting Research</i>	<i>Journal</i>	1
10	<i>Venture Capital in Europe</i>	Livro	1

Fonte: dados da pesquisa (2020).

### 2.1.6 Autores e suas nacionalidades

Quanto aos autores mais produtivos, nenhum autor apareceu em mais de um artigo. Todavia, apresentam-se os autores e suas nacionalidades a seguir, no quadro 5.

**Quadro 5:** Autores e nacionalidades dos que publicaram sobre “*background* em empreendedorismo e inovação” entre os anos 1991 e 2016

<b>Autor</b>	<b>Nacionalidade</b>
Alyce M. Fanslow	Estados Unidos
Angela Poech	Alemanha
Ann-Kristin Achleitner	Alemanha
Gratiela Boca	Romênia
Catherine L. Wang	Reino Unido
Cheryl A. Popelka	Estados Unidos
Chieh-feng Chen	Taiwan
Christoph Kaserer	Alemanha
Chun-Yuh Yang	Taiwan
Ding Ding Tee	Reino Unido
Frances Westley	Canadá
Heng-Lien Lo	Taiwan
Ioannis G. Kinias	Grécia
Jordi Perramon	Espanha
Ken N Kuo	Taiwan
Llorenç Bagur	Espanha
María del Mar Alonso-Almeida	Espanha
Martin Brixner	Alemanha
Mary A. Littrell	Estados Unidos
Minela Hadžić	Bósnia Herzegovina
Monica Diochon	Canadá
Niklas Wagner	Alemanha
Pervaiz K Ahmed	Reino Unido
Ricardo Malagueno	Reino Unido
Sait M. Dinç	Bósnia Herzegovina
Teresa V. Menzies	Canadá
Yannick de Harlez	França
Ya-Wen Chiu	Taiwan
Yi-Hao Weng	Taiwan
Yvon Gasse	Canadá

Fonte: dados da pesquisa (2020).

### 2.1.7 Idioma mais utilizado

Por fim, fez-se também um levantamento dos idiomas em que os trabalhos foram publicados. Todos os trabalhos foram publicados em inglês. Uma possível explicação para esses resultados pode ser que a maioria dos pesquisadores adota o inglês como idioma e por isso recebem maior parte da atenção dos pesquisadores de todos os lugares do mundo.

### 2.1.8 Revisão sistemática da literatura

O trabalho de Westley (1991) procura explicar quem são os líderes visionários que geram as inovações que transformam a sociedade. Os estudos de liderança visionária começaram na década de 90, com a publicação de Nanus (1992). O autor pesquisou centenas de líderes, levantando informações que articulassem os temas de liderança e visão. Nanus (1992) define liderança visionária como criar uma visão realista, crível, atrativa do futuro para a organização. Robbins (2002), explica que a liderança visionária é a capacidade de criar e articular uma visão de futuro realista, atrativa e acreditável para a organização, que tem como ponto de partida a situação presente e a busca de sua melhoria. Ainda Robbins (2002), acrescenta que a visão lança mão da energia e da emoção das pessoas e se devidamente articulada, consegue gerar o entusiasmo que as pessoas sentem pelos esportes e outras atividades de lazer, trazendo essa energia e esse compromisso para o ambiente de trabalho. Retornando em Westley (1992), embora a visão seja um fenômeno complexo e os casos de liderança visionária diferem uns dos outros em aspectos importantes, o autor identifica quatro dimensões importantes para que esta seja articulada a fim de gerar inovações, a saber: (i) as aptidões inatas e as habilidades adquiridas do visionário, (ii) suas experiências pessoais – o que os autores chamaram de *background*, (iii) o contexto de estrutura organizacional em que esta pessoa está inserida e, e (iv) o contexto social, histórico e político mais amplo em que esta pessoa está situada.

Com relação ao *background*, Westley (1992) explica que as primeiras experiências de vida é o que gera um núcleo de intensas preocupações com um vocabulário de imagens que podem ser usadas, como modelos, para organizar e dar significado a formas adultas de tais

preocupações. A fim de mensuração deste *background*, o autor propõe algumas características, a saber: infância difícil/negligenciada ou facilitada; a nacionalidade; estar inserido ou não em grupos sociais; a experiência do indivíduo com o tipo de música que ouve e dificuldades ou facilidades em experimentar afetividades na infância.

O trabalho de Popelka et al. (1992) analisou a reorganização de mercado transacional de empreendedores mexicanos. Esses empreendedores foram estudados para saber como a produção e o marketing foi adaptado aos novos clientes. Os perfis baseavam-se em *backgrounds* pessoais, métodos de produção, técnicas de marketing e práticas comerciais destacadas para cada grupo. Como modelo para entender o *background*, os autores propuseram uma análise de: idade; antecedentes familiares; educação; número de filhos; a motivação inicial que se tinha para iniciar o negócio; as fontes de capital inicial e a participação na vida social comunitária.

O trabalho de Diochon et al. (2005), busca identificar razões para o sucesso ou falha de empreendimentos. Entendendo que esta pergunta seria de difícil resposta, porque na maioria das vezes os pesquisadores não acompanham a trajetória desde o início das empresas, os autores analisaram cento e cinquenta e um empreendimentos desde o seu início a até um período de dois anos. Embora os autores entendam que não há indícios de diferenças significativas nos fatores de *background*, alguns aspectos de contexto pessoal e de predisposições pessoais mostraram diferenciar aqueles que se desligaram do processo inicial daqueles que tiveram sucesso. Para os autores, o estilo de resolução de problemas e a orientação para objetivos foram especialmente significativos. A fim de mensurar o *background* os autores propuseram esta em quatro eixos, a saber: (i) antecedentes sócio demográficos (idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, idioma e mobilidade), (ii) experiência profissional (formação educacional e antecedentes familiares), (iii) contexto pessoal (situação profissional e familiar, renda e redes sociais) e (iv) predisposições pessoais (estilo de solução de problemas, orientação de metas e tomada de decisão).

O trabalho de Achleitner et al. (2007) visou entender as relações entre os empreendedores e as formas de uso e de financiamento do capital de risco. Os autores estudaram a relação entre as características dos empreendedores, as características dos empreendimentos e o sucesso destes. Os resultados indicaram que o grau de inovação do empreendimento é um dos principais determinantes do sucesso. Um olhar sobre o *background* dos empresários revelou que eles estão na faixa dos trinta anos, em média, e têm experiência



profissional razoável. Os autores escalonaram este *background* em três eixos, a saber: idade; escolaridade; e no que trabalharam antes.

O trabalho de Wang et al. (2012) analisou os estilos de liderança empreendedora no contexto das empresas chinesas. Baseando-se em evidências de estudo de caso exploratório de duas empresas privadas chinesas de alta tecnologia, os autores identificaram que a interação de vários fatores, entre eles: tradições filosóficas e valores culturais, fatores organizacionais, pessoais e transicionais, formariam um contexto complexo e dinâmico de liderança empreendedora nas empresas chinesas. Dentre os achados, os autores delimitam que a liderança benevolente é um estilo de liderança abrangente, enquanto os estilos de liderança transacional e transformacional dependem de uma série de fatores, especialmente o *background* do líder empreendedor e o foco estratégico e estágio de desenvolvimento da empresa.

A liderança benevolente, para Yang et al. (2008) consiste no cultivo para ser uma pessoa sábia ou superior e liderar os outros como um sábio líder, o que leva ao objetivo de construir uma sociedade harmoniosa e benevolente. Para Robbins (2002), o líder transacional motiva seus seguidores na direção das metas estabelecidas por meio do esclarecimento dos papéis e das exigências das tarefas, enquanto a liderança transformacional é vista de uma forma mais inspiradora, pois leva os líderes a prestarem atenção às preocupações e às necessidades de desenvolvimento de cada um de seus liderados; modificam a maneira de seus seguidores verem as coisas, ajudando-os a pensar nos velhos problemas de uma nova forma; e são capazes de entusiasmar, incitar e inspirar as pessoas a darem o máximo de si na busca dos objetivos do grupo.

Tendo em vista ser um trabalho de abordagem qualitativa, Wang et al. (2012) apresentaram o modo de medir o *background*, de forma mais subjetiva, pois os autores o definem como o histórico e experiência, valores pessoais, motivações, eventos pessoais antes da criação do novo empreendimento e percepção do ambiente e da organização.

Kinias (2013) entende que a principal causa do empreendedorismo é a detecção da oportunidade empreendedora e que os fatores mais importantes que podem influenciar no modo pelo qual as oportunidades são reconhecidas são, primeiramente, o grau de vigilância e reação do empreendedor na informação e, em segundo lugar, o fato de que poucos empreendedores possuem uma informação útil e importante em um momento específico. Para

o autor, muitos pesquisadores têm formulado a opinião de que o empreendedor precisa de conhecimento para reconhecer a oportunidade empreendedora e esse conhecimento vem de seu *background*, de sua formação acadêmica, de sua experiência de trabalho e do conhecimento empírico do campo pelo qual está interessado. Mas nessa pesquisa, o autor investiga e conecta o passado empreendedor e o histórico de uma empresa ou de um empreendedor com sua capacidade de avaliar informações e, através delas, detectar oportunidades de empreendedorismo. O autor delimita o *background* no contexto familiar, o nível educacional e a experiência de trabalho do empreendedor.

O trabalho de Weng (2013) visa explicar a relação entre a adoção de uma inovação organizacional, a saber, a “prática baseada em evidências” e o *background* dos empreendedores nesta tarefa. Lilienfeld et al. (2013) explicam que a prática baseada em evidências é uma abordagem interdisciplinar da prática clínica que começou na década de 90, mais especificamente na medicina, como medicina baseada em evidências e foi sendo adotada por profissionais de saúde. Com as observações dos resultados advindos da técnica, outros campos educacionais acabaram por adotá-la, como a área educacional e de gestão. Os autores explicam também que a prática baseada em evidências é tradicionalmente definida na integração de três princípios básicos, a saber: (i) a melhor evidência de pesquisa disponível sobre e se e porque aquela técnica funciona; (ii) a perícia clínica (julgamento clínico e experiência sobre casos parecidos do passado); e (iii) as preferências e valores do cliente. A fim de definir o *background*, Weng (2013) o dividem entre o gênero da pessoa, a idade, a quantidade de tempo trabalhado, o grau acadêmico deste, as posições ocupadas por este nas empresas em que trabalhou, e a profissão atual.

O trabalho de Boca (2014) examina os fatores que podem influenciar a qualidade da mudança gerencial e os fatores motivacionais que a pessoa precisa para se tornar um empreendedor. Este artigo investiga o que altera a possibilidade de o empreendedor explorar a inovação, e a sua relação com as oportunidades tecnológicas que podem afetar os padrões de criação de empregos. O autor examinou o *background*, o estágio da carreira, as experiências iniciais de vida e o ambiente de crescimento, os benefícios indiretos, e o impacto das condições do mercado. Os itens medidos como *background* foram: questões educacionais (grau, área de formação), o tipo de atividade da empresa em que o empreendedor está envolvido, e o perfil de liderança deste empreendedor.

O trabalho de Alonso-Almeida et al. (2015) procurou identificar relações entre o *background* de mulheres gestoras e como suas características e valores pessoais influenciam suas percepções quanto a modificar a organização para se chegar a posturas mais sustentáveis. Os resultados deste artigo mostram que o *background* e profissional tem um impacto limitado quando relacionado com as mulheres e a responsabilidade social corporativa. A fim de mensurar o *background*, as autoras delimitaram os seguintes fatores: a idade, a escolaridade (nível e área de formação), as experiências de trabalho anteriores (o tempo), a posição em que as mulheres ocupavam na organização atual, o tipo de empresa em que estão inseridas atualmente e o tamanho desta empresa.

Em estudo feito por de Harlez, e Malagueño (2016), os pesquisadores mostraram que gestores com uma formação além da área da gestão, uma vivência anterior em sua área de atuação (a constituição de seu *background*) através de experiências prévias, vivências ou mesmo uma segunda formação, tem um desempenho melhor em suas decisões estratégicas. Isto porque entendem melhor as necessidades de seu ambiente, possibilitando assim uma gerência voltada não somente a rotinas processuais de forma geral, mas com especificidades da área. O *background* deste gestor apresentou-se desenvolvido em vários aspectos, a saber: a formação acadêmica e profissional, a significação que o gestor dá à essa formação, e a vivência de sua experiência atuando junto à área em situações anteriores. Os autores entendem que estas informações sobre o mundo podem advir de suas experiências profissionais, e formação de ensino superior – a que os autores vem a chamar de *background*.

Hadzic e Dinç (2016) entendem que os empreendedores são imperativos para o crescimento econômico de longo prazo de todos os países, e explicam que os pesquisadores estão tentando elucidar como a intenção empreendedora é importante tomando diferentes fatores nas considerações. Em seu estudo, os autores discutem em *background*, os grupos mais importantes de fatores que afetam a intenção empreendedora, a saber: idade, gênero, educação e experiência profissional.

Enquanto fez-se a análise do conteúdo dos onze trabalhos supracitados, foram-se atribuindo algumas categorizações das características de *background* em cada trabalho, atribuindo-se algumas palavras-chave para estes trabalhos.

Esta etapa da pesquisa resultou em cinquenta e uma palavras-chave. Destas, foram analisadas as significações e agrupadas em clusters de termos. Características pessoais

apareceram quatorze vezes, seguidos por antecedentes escolares e acadêmicos, com doze vezes, e antecedentes profissionais, com dez vezes. Depois, antecedentes familiares, aparecem com quatro recorrências nos estudos, seguidos por relações com a empresa atual, também com quatro recorrências e relações com a abertura de uma empresa, com duas recorrências.

Em características pessoais, sete vezes menciona-se idade, gênero, três vezes, nacionalidade duas vezes, e idiomas falados e quantidade de filhos, uma vez cada. Em antecedentes escolares e acadêmicos, cinco vezes menciona-se o nível de escolaridade, três vezes perguntou-se a área de formação e três vezes aparece o termo escolaridade de forma genérica. Além disso, aparece significação dada à escolaridade, em uma menção. Em antecedentes profissionais, têm-se sete menções genéricas ao termo, duas vezes a recorrência ter-se perguntado as posições ocupadas anteriormente, e uma vez o tempo trabalhado. Antecedentes familiares aparecem em termo genérico três vezes, e há uma menção para a infância, de forma específica. Relacionado à empresa atual, três termos elencados, a saber: tamanho da empresa atual, cargo atual ocupado, com uma menção cada, e tipo de atividade da empresa atual, com duas menções. Relacionado à abertura de empresa, tem-se dois termos: fontes de capital inicial, e motivação inicial que se tinha para iniciar o negócio. Em outros, cinco termos: mobilidade, participação na vida social comunitária, estar inserido em grupos sociais, estilo musical e perfil de liderança. O resultado desta etapa pode ser observado a seguir, no quadro 6.

**Quadro 6:** Classificações das características de *background* dos artigos

Cluster	Característica	Nº recorrências da característica	Nº recorrências do cluster
<i>Características pessoais</i>	Idade	7	14
	Gênero	3	
	Nacionalidade	2	
	Idioma	1	
	Número de filhos	1	
<i>Antecedentes escolares e acadêmicos</i>	Escolaridade (genérico)	3	12
	Escolaridade (nível)	5	
	Escolaridade (área)	3	
	Significação à escolaridade	1	
<i>Antecedentes profissionais</i>	Antecedentes profissionais	7	10
	Posições ocupadas anteriormente nas empresas	2	
	Tempo trabalhado	1	

<i>Antecedentes familiares</i>	Antecedentes familiares	3	4
	Infância difícil/negligenciada ou facilitada	1	
<i>Relações com a empresa atual</i>	Tipo de atividade da empresa atual	2	4
	Empresa atual (tamanho)	1	
	Profissão atual	1	
<i>Relações com a abertura da empresa</i>	Fontes de capital inicial	1	2
	Motivação inicial que se tinha para iniciar o negócio	1	
<i>Outros</i>	Mobilidade	1	5
	Participação na vida social comunitária.	1	
	Estar inserido em grupos sociais	1	
	Estilo musical	1	
	Perfil de liderança	1	
<b>Total geral</b>			<b>51</b>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

### 2.1.9 As características do empreendedor

A tentativa de elencarem-se certas características pessoais à figura do empreendedor tem seu início ainda no século XIX. Baseado nos trabalhos de Logen (1997), Dantas (2008) e Timmons (2011) apresenta-se a seguir, no quadro 7, as características pessoais elencadas para a figura do empreendedor através das contribuições dos estudos seminais sobre empreendedorismo.

**Quadro 7:** Características pessoais elencadas para a figura do empreendedor ao longo dos anos

<b>Ano</b>	<b>Autores</b>	<b>Contribuição</b>
1848	Mill	Empreendedor propenso ao comportamento de risco. Tolerância ao risco.
1917	Weber	Empreendedor como fonte de autoridade formal.
1934	Schumpeter	Empreendedor que gera inovações através de suas iniciativas.
1954	Sutton	Empreendedor com um desejo de assumir responsabilidades.
1959	Hartman	Em releitura à Weber (1917) apresenta o empreendedor como fonte de autoridade formal.
1961	McClelland	Identifica as necessidades do empreendedor como: desejo de correr riscos, poder, afiliação e sucesso (necessidade de sentir-se reconhecido).
1963	Davids	As ambições dos empreendedores seriam desejos de independência, responsabilidade, autoconfiança.
1964	Pickle	Empreendedor como figura de dinamismo mental: pautado pelas relações humanas; sua capacidade de comunicação; e seu conhecimento técnico.

1966	Rotter	Identifica o <i>locus</i> <sup>1</sup> de controle interno e externo: “o empreendedor manifesta <i>locus</i> de controle interno”
1970	Drucker	O comportamento o empreendedor reflete uma espécie de desejo de colocar sua carreira e sua segurança financeira na linha de frente e correr riscos em nome de uma ideia, investindo muito tempo e capital em algo incerto.
1971	Palmer	A percepção de risco estaria associada à condição financeira do indivíduo, às oportunidades de emprego existentes ao seu redor, a seu relacionamento familiar e a aspectos psicológicos do indivíduo.
1971	Hornaday e Aboud	Necessidade de realização; autonomia; agressão; poder; reconhecimento; inovador/independente
1973	Kirsner	Empreendedor é alguém que identifica e explora desequilíbrios existentes na economia e está atento ao aparecimento de oportunidades.
1973	Winter	Empreendedor como aquele que tem uma necessidade de poder.
1974	Borland	<i>Locus</i> interno de poder – controle interno.
1974	Liles	O empreendedor tem necessidade de realização.
1977	Gasse	O empreendedor é orientado por valores pessoais.
1978	Timmons	Autoconfiança, orientado por metas, corredor de riscos moderados, centro de controle, criatividade, inovação
1980	Sexton	Energético, ambicioso, revés positivo.
1981	Welsh e White	Necessidade de controle, visador de responsabilidade, autoconfiança, corredor de riscos moderados.
1982	Casson	O empreendedor toma decisões criteriosas e coordena recursos escassos: a busca por inovação, poder e autoridade, além de assunção à riscos.
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado ao crescimento, profissionalização e independência.
1985	Sexton e Bowman	O empreendedor consegue ter uma grande tolerância à ambiguidade.
1985	Gartner	Mudança e ambiguidade.
1986	Bandura	O empreendedor procura a autoeficácia: controle da ação humana através de convicções que cada indivíduo tem para prosseguir autonomamente na procura de influenciar a sua envolvente para produzir os resultados desejados.
1987	Begley e Boyd	Empreendedor dotado de assunção à riscos, tolerância à ambiguidade
1988	Caird	O empreendedor precisaria de dinamismo.
1998	Roper	Empreendedor enquanto figura de poder e autoridade
2000	Thomas e Mueller	Empreendedor cujas características seriam: assunção à riscos, necessidade de poder, <i>locus</i> interno de controle, e busca por inovação.
2001	Lee e Tsang	Releitura de Borland (1974): <i>Locus</i> interno de poder – controle interno.
2002	William Baumol	O empreendedor como a máquina de inovação do livre mercado.

Fonte: elaborado pelo autor (2019), baseado em Logen (1997), Dantas (2008) e Timmons (2011).

<sup>1</sup> Baseado no trabalho de Rotter (1996), *locus* de controle pode ser definido como a expectativa do indivíduo sobre a medida em que os seus reforçamentos se encontram sob controle interno (esforço pessoal, competência, etc.), ou externo (as outras pessoas, sorte, chance). Neste sentido, caso uma pessoa tenha um *locus* de controle predominantemente interno se sente mais no controle de sua própria vida e sucesso, exigindo mais de si mesmo e se concentrando no que pode fazer por conta própria para lidar com os problemas atuais enquanto uma pessoa com *locus* de controle predominantemente externo sente que fatores externos tem um controle maior na sua vida, exige mais dos outros, tem uma maior dependência emocional e funcional e são mais afetadas por críticas e elogios.

Tajra (2009) explica que a figura do empresário precisa ser separada da figura do empreendedor. Para a autora, é possível ser empreendedor sem ser empresário ou mesmo ser empresário sem ser empreendedor. Para a autora, o empreendedor é uma pessoa com atitude voltada para os resultados, inovações e realizações, pois o empreendedorismo está voltado para atitude, postura pessoal e como o indivíduo se comporta diante das situações em que lida no dia a dia. Nesse sentido, Bessant (2015) apresenta uma pesquisa feita junto aos investidores de risco da América do Norte, Europa e Ásia revelando que os investidores de capital de risco identificam cinco características predominantes e decisivas nas empresas apresentadas – pois as duas primeiras e mais importantes estão fixadas na figura do empreendedor em si, a saber: (i) personalidade do empreendedor; (ii) experiência do empreendedor; (iii) características do produto; (iv) características do mercado; e (v) fatores do mercado. Esta pesquisa confirmou a importância de uma série de fatores pessoais, mercadológicos e financeiros que eram comumente mencionados como sendo mais relevantes, e novamente duas dessas intimamente conectadas à figura do empreendedor, a saber: (i) capacidade comprovada de liderar os outros e motivar esforços; (ii) familiaridade com o mercado; e (iii) potencial de crescimento desse mercado em dez anos. O autor ainda enfatiza que a personalidade e a experiência de empreendedores foram classificadas como sendo mais importantes que características de produto e de mercado, ou até mesmo que considerações financeiras.

Bernardi (2012) entende que exista um perfil característico e típico de personalidade do empreendedor. Este perfil estaria em treze características, a saber: senso de oportunidade; dominância; agressividade e energia para realizar; autoconfiança; otimismo; dinamismo; independência; persistência; flexibilidade e resistência a frustrações; criatividade; propensão ao risco; liderança carismática; habilidade de equilibrar o planejado com a realização; e habilidade de relacionamento. Tajra (2009) entende que não existe um perfil característico em si, do empreendedor, mas características empreendedoras, as quais são encontradas em parte em cada um dos empreendedores, a saber: ter iniciativa, persistência, comprometimento, persuasão, bons relacionamentos, autoconfiança, automotivação, criatividade, otimismo e estar preparado para as oportunidades.

Para Lee et al. (2004) a escolha por empreender pode ter relação com a origem étnica. Este trabalho revela que coreanos e judeus têm mais êxito nos negócios do que a população

afro-americana, pois possuem maior acesso ao capital via heranças, ligações familiares e étnicas.

Dornelas (2018) entende que o empreendedor possui alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais permitem o nascimento de uma nova empresa, seriam essas: são visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (possuem boas redes de relacionamento); são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; e criam valor para a sociedade.

#### 2.1.10 Empreendedores e suas taxonomias

Tajra (2009) aponta o papel do *background* como fator decisivo na formação do empreendedor. A autora divide em três eixos de análise, a saber: aspectos familiares, aspectos educacionais e aspectos de idade. Esta proposta de análise pode ser conferida a seguir, no quadro 8.

**Quadro 8:** *Background* dos empreendedores na visão de Tajra (2009)

Aspectos	Explicação dos aspectos
<i>Aspectos familiares</i>	O contexto em que uma pessoa é criada e educada em seu ambiente familiar vem a ser um dos fatores mais importantes para o desenvolvimento da postura empreendedora. Quem cria a criança pode estimular posturas através da inclusão da criança em atividades que desenvolvam a autonomia e a iniciativa, como por exemplo, atividades esportivas e musicais. A autora ainda explica que o empreendedorismo pode ser desenvolvido em crianças que não tenham acesso a oportunidades por parte dos pais, podendo até mesmo impactar crianças de classes econômicas desfavorecidas.
<i>Aspectos educacionais</i>	A atuação da escola na formação empreendedora pode acontecer em qualquer um dos níveis educacionais, seja por meio de projetos específicos ou mesmo pela atitude dos professores nas atividades cotidianas em sala de aula. A autora destaca também o estímulo ao empreendedorismo no ensino superior através de projetos de educação empreendedora ou mesmo a incorporação de disciplinas de empreendedorismo aos currículos dos cursos. A autora explica também que, de acordo com a Lei de Diretrizes Básicas (LDB) da educação nacional, a função da educação é preparar indivíduos com habilidades e



	competências suficientes para intervirem no meio em que estão inseridos e provocarem melhorias para si próprios e para os outros. Através da educação, pode-se perceber os cenários em que se está inserido, entender as demandas desses ambientes e proporem-se ideias que atendam a essas demandas existentes.
<i>Aspectos de idade</i>	Segundo a autora, a ideia de aposentadoria e descanso pode ser questionada, e apresenta diversos casos de aposentados que resolvem empreender. Estas pessoas acumulam experiência e conhecimento, e muitos desejam permanecer ativos no mercado de trabalho. Outra reflexão que a autora apresenta são as questões de previdência social, ao apresentar estimativas do Instituto brasileiro de geografia e estatística (IBGE), em 2025 o Brasil será o sexto país com maior número de pessoas idosas, e o dinheiro proveniente da previdência pública será insuficiente, trazendo novas exigências aos futuros idosos brasileiros.

Fonte: elaborado pelo autor (2019), adaptado de Tajra (2009).

Bernardi (2012) defende ser um mito a ideia de que não é possível desenvolver o empreendedorismo, apenas que se venha a nascer empreendedor. Para o autor, existem situações ou momentos da vida que possibilitam a formação de um empreendedor. Elencados em oito tipos diferentes de “origem empreendedora”, este trabalho encontra-se a seguir, no quadro 9.

**Quadro 9:** Origens dos empreendedores na visão de Bernardi (2012)

<b>Origem</b>	<b>Explicação da origem</b>
<i>O empreendedor nato</i>	Esta figura personaliza a ideia do empreendedor que desde cedo, por motivos próprios ou influências familiares demonstra traços de personalidade próprios da figura dos empreendedores. O desenvolvimento destas características tem forte relação com o tipo de autoridade familiar e o ambiente familiar, tais como a escala de valores e a percepção acerca dos negócios.
<i>O herdeiro</i>	O herdeiro de uma empresa desenvolverá suas ações em duas maneiras. Ou ele terá se desenvolvido e preparado para atuar, seja através da afinidade ou mesmo a vocação e dará continuidade ao empreendimento em que se encontra desde cedo em treinamento, ou ele não terá essas características natas e nem mesmo terá sido treinado para isto, mas terá que assumir a empresa por imposição, desde cedo, podendo vir a ser um problema para a continuidade da empresa.
<i>O funcionário da empresa</i>	Podendo possuir características empreendedoras, o funcionário da empresa sente ao longo da carreira um desconforto pela falta de reconhecimento quanto às suas contribuições, falta de interesse em suas ideias, interferências das disfunções da burocracia organizacional ou mesmo avaliar não estar sendo recompensado como o necessário. Frustrado em suas ânsias de realização pessoal, em algum momento da sua carreira decide partir para um negócio próprio.

<i>Excelentes técnicos</i>	Possuindo características empreendedoras e conhecimento de <i>know-how</i> <sup>2</sup> sobre algum produto, processo ou serviço e possuindo experiência na área de atuação, este resolve iniciar um negócio próprio.
<i>Vendedores</i>	Estes iniciam um negócio próprio por conhecerem o mercado, ter experiência no ramo e estarem entusiasmados pela dinâmica de suas funções cotidianas.
<i>Opção ao desemprego</i>	Estando desempregado, este empreendedor inicia seu negócio. Todavia, é uma modalidade arriscada e pode desdobrar-se em duas maneiras, a saber: (i) tendo características empreendedoras, existe um maior possibilidade de sucesso, se comparado à (ii) não tendo características empreendedoras a chance de sucesso se reduz de forma drástica, mas dependendo de como a oportunidade é encarada, pode dar certo.
<i>Desenvolvimento paralelo</i>	O funcionário de uma empresa, projetando uma futura alternativa, tendo características empreendedoras, estrutura-se entre amigos ou familiares e desenvolve um negócio derivado de sua experiência profissional ou não. Neste formato, o funcionário também pode associar-se a outro ramo de atividade em sociedade. Mas este permanece a seu ramo de atividade, pelo menos ainda por um tempo inicial.
<i>Aposentadoria</i>	Tendo experiência e tempo livre por estar aposentado, este empreendedor inicia um negócio próprio. Usualmente, no ramo do comércio ou vendas.

Fonte: elaborado pelo autor (2019), adaptado de Bernardi (2012).

Outro autor que taxonomiza a figura do empreendedor é Dornelas (2015), onde em sua pesquisa procurou conhecer o *background* de cada empreendedor entrevistado – foram 399 ao todo – e chegou a oito diferentes tipos de empreendedores. O resultado deste trabalho pode ser conferido a seguir, no quadro 10.

**Quadro 10:** Origens dos empreendedores na visão de Dornelas (2015)

<b>Tipo</b>	<b>Explicação do tipo</b>
<i>Empreendedor nato (mitológico)</i>	São os mais conhecidos e aclamados. Começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito cedo e adquirem habilidades de negociação e vendas. Possuem algumas características específicas, a saber: são visionários, otimistas, estão à frente de seu tempo e são comprometidos na realização de suas ideias e planejamentos. Suas referências e exemplos são os valores familiares e religiosos.
<i>Empreendedor que aprende (inesperado)</i>	É quando uma pessoa se depara com uma oportunidade de negócio e decide mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. O momento de disparo de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio. Antes de se tornar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos, e tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver em todas as situações de um negócio próprio.
<i>Empreendedor serial (cria novos negócios)</i>	O empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Ele não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação, ele prefere os

<sup>2</sup> *Know-how*: *Know-how* é um termo em inglês que significa literalmente "saber como". *Know-how* é o conjunto de conhecimentos práticos (fórmulas secretas, informações, tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.) adquiridos por uma empresa ou um profissional, que traz para si vantagens competitivas. Disponível em: <https://www.significados.com.br/know-how/>. Acesso em 20 out. 2019.

	desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo. Tem habilidade de montar e motivar equipes, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Às vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio.
<i>Empreendedor corporativo</i>	São geralmente executivos muito competentes, com capacidades gerenciais e conhecimento de ferramentas administrativas. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho totalmente livre para agir. Isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias e desenvolvem sua rede de contatos não só dentro, mas também fora da organização. Caso ele resolva sair da organização para criar o seu próprio negócio pode vir a ter problemas, já que está acostumado com as regalias e o acesso aos recursos do mundo corporativo.
<i>Empreendedor social</i>	Tem como missão de vida construir um futuro melhor para as pessoas, envolvendo-se em causas humanitárias com um comprometimento singular, criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, pois prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas.
<i>Empreendedor por necessidade</i>	Este cria o seu próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo pouco retorno financeiro como resultado. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, acabando por inflar os índices nacionais de empreendedorismo, sem, todavia, contribuir diretamente com o desenvolvimento do país.
<i>Empreendedor herdeiro (sucessão familiar)</i>	Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras. Os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com o futuro de seus negócios, têm optado por buscar apoio externo em cursos de gestão, especialização, MBA ou programas especiais voltados para as empresas familiares.
<i>Empreendedor normal (planejados)</i>	As teorias de empreendedorismo usualmente apresentam o planejamento como uma das etapas mais importantes desenvolvidas pelos empreendedores. O planejamento aumenta a probabilidade de um negócio ser bem sucedido, pois leva o empreendedor a minimizar riscos, delimitar os próximos passos do negócio, ter uma visão de futuro bem clara e se organizar em funções de metas. Chama-se empreendedor “normal” mas poderia ser chamado de empreendedor “esperado”, pois não necessariamente a maioria dos empreendedores seria deste tipo.

Fonte: elaborado pelo autor (2019), adaptado de Dornelas (2015).

As taxonomias propostas por Tajra, Bernardi e Dornelas podem ser conversadas e atribuídas conjuntamente conforme proposto no quadro 11, a seguir.

**Quadro 11:** Agrupamento das taxonomias sobre fatores e tipos de empreendedores

<b>Tajra</b>	<b>Bernardi</b>	<b>Dornelas</b>	<b>Agrupamento</b>
Aspectos familiares	O empreendedor nato	Empreendedor nato (mitológico)	<i>Empreendedor nato</i>
	O herdeiro	Empreendedor herdeiro (sucessão familiar)	<i>Empreendedor herdeiro</i>
	O funcionário da empresa	Empreendedor corporativo	<i>Empreendedor corporativo</i>

	Opção ao desemprego	Empreendedor por necessidade	<i>Empreendedor por necessidade</i>
Não abordado por Tajra	Não abordado por Bernardi	Empreendedor que aprende (inesperado)	<i>Empreendedor inesperado</i>
	Desenvolvimento paralelo	Não abordado por Dornelas	<i>Empreendedor com experiências anteriores</i>
	Excelentes técnicos	Não abordado por Dornelas	
	Vendedores	Não abordado por Dornelas	
Aspectos de idade	Aposentadoria	Não abordado por Dornelas	<i>Empreendedor de maior idade</i>
Não abordado por Tajra	Não abordado por Bernardi	Empreendedor serial (cria novos negócios)	<i>Empreendedor serial</i>
Aspectos educacionais	Não abordado por Bernardi	Empreendedor social	<i>Empreendedor social</i>
Não abordado por Tajra	Não abordado por Bernardi	Empreendedor normal (planejados)	<i>Empreendedor pelo planejamento</i>

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

### 3 MÉTODO

Este capítulo objetiva apresentar o método proposto para o desenvolvimento do presente estudo.

Gil (2018) define pesquisa como sendo um procedimento racional e sistemático que, trabalhado em várias fases, tem por objetivo apresentar respostas aos problemas propostos. Para o autor, “a pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de técnicas e métodos de investigação científica” (GIL 2018, p. 1). Já Gomes (2001) entende que a pesquisa é uma atividade que tem por objetivo a solução de problemas por meio do emprego de processos científicos, cujo objetivo final é satisfazer o desejo de adquirir conhecimentos, sem a necessidade inicial da aplicação prática, mas permitindo-se a utilização dos conhecimentos adquiridos para a aplicação prática a fim de solucionar os problemas concretos da vida moderna. Ainda para o autor, a pesquisa só acontece de fato quando existe um problema que se deverá definir, examinar, avaliar e analisar de forma crítica para que em seguida seja tentada a utilização para sua solução.

Desta forma, este método foi estruturado considerando-se o problema de pesquisa e objetivos propostos por este trabalho. Esta pesquisa procura propor e validar um modelo de *background* do empreendedor. Para isto, optou-se por uma pesquisa em quatro etapas, a saber: (i) revisão sistemática da literatura; (ii) entrevistas com especialistas; (iii) grupo focal com empreendedores – para a construção do modelo conceitual; e (iv) entrevistas com empreendedores – etapa confirmatória do modelo proposto na pesquisa. Estas encontram-se descritas e explicadas a seguir, nos próximos tópicos.

#### 3.1 Revisão sistemática e bibliométrica de literatura

A primeira etapa desta pesquisa foi uma fase exploratória e bibliográfica, que objetivou fazer uma revisão da literatura sobre as características pessoais de *background* presentes na literatura. Tranfield et al. (2003) explicam que este tipo de revisão na pesquisa em administração é uma ferramenta-chave para tratar a diversidade de conhecimento em uma

área acadêmica específica. Justifica-se a escolha da metodologia bibliométrica em primeiro momento, pois, sistematicamente esse tipo apresenta o panorama do que vem sendo publicado referente ao assunto desejado, no recorte temporal e geográfico desejado.

No primeiro momento, a bibliometria apresentou indicadores de quais autores, institutos e redes de pesquisa desenvolveram ou estão desenvolvendo quanto ao *background* do empreendedor. Percebeu-se que não havia trabalhos sobre o *background* empreendedor, o que acabou por reforçá-lo a justificativa inicial proposta neste trabalho.

Nesse sentido, apresentam-se a seguir o método proposto para este trabalho, levando-se em consideração que parte da descrição de cada passo encontra-se também detalhado na demonstração dos resultados desta etapa e a mesma pode ser encontrada no capítulo 2 do presente trabalho.

Quanto ao propósito desta etapa, esta está classificada como pesquisa diagnóstica. Para Roesch et al. (2015), este tipo tem por propósito levantar e definir problemas e explorar determinado ambiente. Este diagnóstico reporta então uma situação ou momento definido. Para os autores, pesquisa-diagnóstica explora o ambiente e a situação através da coleta e análise de dados, levantando e exibindo os problemas encontrados. Esta etapa do trabalho é uma pesquisa diagnóstica, pois buscou diagnosticar o estado da arte na literatura sobre o *background*. O desafio de se pesquisar sobre o *background*, mostra-se evidente, tendo em vista a escassez de trabalhos que abordem o tema na literatura mesmo que em nível mundial, exigindo do pesquisador encontrar trabalhos que se aproximem da temática e extrair o melhor conteúdo destes.

A respeito do caráter do estudo, este se enquadra como uma pesquisa exploratória, cujo objetivo principal é realizar uma busca sobre uma determinada situação ou problema para que se possa dar maior compreensão a ele (MALHOTRA, 2012). Para o autor, este tipo compõe a primeira etapa porque objetiva desenvolver o curso de ação da sequência. Para o autor, é a partir desta etapa que se torna possível definir de forma mais clara o problema de pesquisa e identificar a lente teórica em que se irá trabalhar nas etapas.

Quanto à abordagem, esta etapa da pesquisa pode ser classificada como quantitativa e qualitativa. Flick (2009), explica que a pesquisa qualitativa visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e

grupais, exame de interações e comunicações que estejam se desenvolvendo, assim como da investigação de documentos (textos, imagens, filmes ou músicas) ou traços semelhantes de experiências e integrações. Já Severino (2017) entende a pesquisa qualitativa como um conjunto de diferentes técnicas interpretativas, pois procura descrever e decodificar os componentes, pois há um sistema complexo com muitos significados, tendo por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social para o pesquisado. Já a respeito da etapa quantitativa, Richardson (2009) explica que a pesquisa quantitativa pode ser caracterizada através de quantificações, tanto nas modalidades de coleta das informações quanto no tratamento das mesmas por meio das técnicas estatísticas.

Quanto à técnica de coleta de dados, a pesquisa é bibliográfica, caracterizando-se como a fonte de dados secundários deste estudo. Pizzani et al. (2012) entendem por pesquisa bibliográfica a revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico sendo esta revisão chamada de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes. Segundo Gil (2018), a pesquisa bibliográfica elabora-se com base em materiais já publicados, tais como: livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. Neste trabalho, os materiais coletados foram os trabalhos científicos publicados em periódicos internacionais sobre as características pessoais de *background*.

Posteriormente, realizou-se a análise dos conceitos apresentados, através de duas técnicas, a saber: análise bibliométrica e análise de conteúdo categorial.

Com relação à técnica de análise de dados bibliométrica, esta metodologia é composta de técnicas estatísticas e matemáticas que pretende descrever vários aspectos da literatura e de outros meios de comunicação (ARAÚJO, 2006). Nesse sentido, para Spinak (1996) a bibliometria vem a ser o estudo da produção científica sobre o tema de pesquisa definido, através de aspectos quantitativos de produção, disseminação e uso da informação registrada empregando-se sistemáticos métodos matemáticos e estatísticos. Araújo e Alvarenga (2011) expandem a discussão ao afirmar que a pesquisa bibliométrica, através dos processos de levantamentos de dados, tratamento destes e posterior apresentação destes dados, ajuda os pesquisadores a entenderem o processo evolutivo da produção em algum campo de estudos científico de uma determinada área científica. A bibliometria também pode ser conceitualizada através de Sciasci, et al. (2012), pois os autores a descrevem como o estudo dos aspectos quantitativos da produção, disseminação, e uso da informação registrada, a partir

de padrões e modelos matemáticos de análise. Bastos e de Oliveira (2015) acrescentam que a bibliometria é a contagem das atividades bibliográficas, que permite a possibilidade de estudo de algum termo específico, como por exemplo, autores, instituições, número de citações, e outros pontos de análise que possam ser de interesse do pesquisador.

São várias as teorias sobre a bibliometria. Todavia Wormell (1998) e Vanti (2002) destacam cinco principais tipos de metodologias utilizadas pela bibliometria: (i) Análise de citações; (ii) Análise de co-citação; (iii) Agrupamento bibliográfico; (iv) *Co-word analysis*; e (v) “Webometria”. Boyack et al. (2002) acrescentam ainda que a abordagem bibliométrica pode ser classificada em duas maneiras: (i) um plano macro de pesquisa que objetiva definir as unidades estruturais de ciência e suas inter-relações em escala global; e (ii) um plano micro de pesquisa objetivando estabelecer as características do conhecimento dentro de um domínio disciplinar específico e, assim, informar o estado da técnica sobre o tema pesquisado.

Desta forma, o trabalho se caracteriza por ser um estudo bibliométrico micro, pois se buscou verificar as publicações acerca do *background*. Para chegar-se a esse resultado, utilizou-se o método baseado no trabalho de Tello-Gamarra et al. (2018), neste os autores buscam (i) identificar a evolução dessas publicações dentro do período estabelecido; (ii) a quantidade de publicações de cada país; (iii) o número de citações desses trabalhos; (iv) os principais autores; (v) os países dos autores que contribuíram com esses trabalhos; (vi) as principais fontes onde esses trabalhos foram publicados; (vii) as principais afiliações desses autores; (viii) o idioma em que esses trabalhos foram publicados; (ix) o tipo de cada documento; (x) as palavras-chave mais utilizadas nos textos; (xi) os países que se destacam a nível mundial em publicações no tema; (xii) o índice resultante da divisão do número de citações pelo número de publicações e (xiii) o índice resultante da divisão do número de publicações pelo número, em milhões, de habitantes de cada país. Assim, escolheu-se P/Pop (número total de publicações dividido pelo número total da população do país) para verificar quantos artigos são produzidos por cada habitante da região e, também, o índice C/P (citações dividido por número total de publicações) para verificar o impacto desses artigos.

Já a análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica e outras, através de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares, quantitativos ou não. Ainda em Bardin (2011), na análise de conteúdo categorial, a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por



diferenciação e, seguidamente, por reagrupamentos segundo o gênero com os critérios previamente definidos. As categorias possuem um título genérico e são compostas por elementos agrupados em razão de suas similaridades. O pesquisador é o responsável por delimitar as unidades de codificação, que podem ser uma palavra ou uma frase. Na revisão sobre o *background*, iniciou-se em cinquenta e uma categorias que após analisadas e reclassificadas acabaram em quatro categorias, o que serviu como base para a definição do como foi feito a mensuração do *background* dos empreendedores e gestores que foram estudados nesta pesquisa.

### **3.2 Entrevistas com especialistas**

Após a pesquisa bibliométrica e posterior análise de conteúdo dos trabalhos encontrados foi elaborado um conjunto de características e aspectos de *background* pessoal baseado na lente de pesquisa dos pesquisadores encontrados. Todavia, conforme supracitado, incipientes pesquisas foram encontradas referente a *background* do empreendedor.

Dessa forma, a decisão tomada foi a de entrevistar especialistas que trabalhem com empreendedores, bem como pesquisadores com bagagem científica no assunto a fim de perceber se o que de *background* pessoal foi encontrado na literatura poderia ser adaptado ao *background* do empreendedor, bem como quais daquelas não se aplicariam ao objeto de pesquisa “empreendedores” e quais características e afins poderiam ainda ser incorporadas a esse rol inicial para então compor a proposta de modelo de *background* empreendedor da presente pesquisa.

Na sequência, apresentam-se os aspectos metodológicos desta etapa, bem como o delineamento de como essa pesquisa foi desenvolvida nas vias de regra, pelo pesquisador. Nesta etapa, procura-se apresentar o método das entrevistas exploratórias, o que levou aos resultados preliminares que permitiram a construção do modelo de *background* do empreendedor.

Quanto ao propósito desta etapa, define-se como uma pesquisa diagnóstico, sendo esta já classificada na presente seção deste trabalho. Dessa forma, esta etapa é uma pesquisa

diagnóstico, pois buscou diagnosticar o que, na opinião de especialistas em assuntos de empreendedorismo vem a constituir o *background* do empreendedor.

A respeito do caráter do estudo, este se enquadra como uma pesquisa exploratória, cujo objetivo principal é realizar uma busca sobre uma determinada situação ou problema para que se possa dar maior compreensão a ele (MALHOTRA, 2012). Nesse aspecto delimita-se que o objetivo foi explorar junto aos entrevistados as características pessoais que podem ou não compor o *background* dos empreendedores.

Quanto ao método de pesquisa desta etapa, define-se como uma etapa qualitativa, Flick (2009), explica que a pesquisa qualitativa visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais, exame de interações e comunicações que estejam se desenvolvendo, assim como da investigação de documentos (textos, imagens, filmes ou músicas) ou traços semelhantes de experiências e integrações.

Para a coleta de dados, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturado com nove perguntas abertas a fim de guiar o pesquisador durante as entrevistas. Este instrumento foi elaborado baseado em questões percebidas nos trabalhos de Popelka et al. (1992); Westley (1992); Lee et al. (2004); Diochon et al. (2005); Wang et al. (2012); Kinias (2013); Boca (2014); Alonso-Almeida et al. (2015); Bessant (2015); e de Harlez e Malagueño (2016). – O roteiro de entrevista utilizado pode ser conferido no Apêndice A.

Para fins de amostra procurou-se entrevistar especialistas ligados à área de empreendedorismo de universidades federais, agentes consultores de empreendedores e professores da área de empreendedorismo, especialmente aqueles com estudos publicados em periódicos com *qualis* de grande alcance. Para isso foi consultado na base sucupira as universidades, federais e privadas que trabalham com pesquisa em empreendedorismo. Na sequência foram convidados por e-mail os pesquisadores a participar da pesquisa, atendendo o pesquisador no formato da entrevista. Aproximadamente duzentos pesquisadores foram convidados, sendo atendido o pesquisador por, destes, apenas oito. O modelo de convite utilizado pelo pesquisador aos especialistas pode ser encontrado no Apêndice B. Após o aceite dos oito especialistas, todas as entrevistas foram executadas e gravadas em áudio. – A listagem com informações dos entrevistados pode ser conferida no Apêndice C.

As entrevistas em profundidade com especialistas aconteceram entre os dias 02 de maio de 2019 a 03 de junho de 2019 e cada uma das entrevistas teve duração aproximada de uma hora. Os dados foram gravados (com permissão dos entrevistados), transcritos e posteriormente analisados à luz dos construtos propostos nessa pesquisa.

Apresenta-se, a seguir o perfil dos entrevistados, organizados por ordem de participação (data da execução da entrevista) o que pode ser conferido a seguir, no quadro 12. Na sequência, desenvolvem-se as análises, examinando os dados empíricos, levantados com base nos objetivos e no referencial teórico sobre as características do que interfere no *background*, a fim de fundamentar a proposição do modelo a ser trabalhado na presente pesquisa.

**Quadro 12:** Classificação e perfil dos especialistas entrevistados

<b>Entrevistado</b>	<b>Formação</b>	<b>Justificativa de escolha do entrevistado</b>
Esp(1)	Bacharel em Administração, especialista em Gestão de Recursos Humanos, Mestre em Administração e Doutor em Administração de empresas.	Pesquisador na área de administração, com diversos trabalhos publicados na área de empreendedorismo.
Esp(2)	Bacharel em Engenharia elétrica, especialista em Marketing intensivo, Mestre em engenharia de produção e doutor em engenharia mecânica.	Autor nacional de vários livros didáticos na área de empreendedorismo.
Esp(3)	Bacharela, especialista em <i>New and Small Enterprise Promotion</i> , Mestra em Administração, Doutora em Administração e Pós doutora em Empreendedorismo.	Pesquisadora na área de administração e marketing, com diversos trabalhos publicados na área de empreendedorismo.
Esp(4)	Bacharel em Ciências econômicas, Especialização em Gestão Empresarial, Mestre em Educação Ambiental e Doutor em Educação Ambiental.	Coordenador de Empreendedorismo e Incubação de Empresas vinculado à Diretoria de Inovação Tecnológica e Gestor da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica – INNOVATIO, da Universidade Federal do Rio Grande.
Esp(5)	Bacharel em Ciências Contábeis e Mestre em Administração de Empresas.	Vice-presidente do Reginp - Rede Gaúcha de Ambientes de Inovação e Diretor do Oceantec - Parque Tecnológico da Universidade Federal do Rio Grande.
Esp(6)	Bacharel em Administração, especialista em Administração de Marketing, MBA em Liderança, Inovação e Gestão 3.0 e Mestre em Administração.	Consultor na área de empreendedorismo e gestão, professor e coordenador dos cursos de administração e tecnologias em gestão da Universidade Católica de Pelotas.
Esp(7)	Bacharel em Administração, Especialista em Cinema, Mestre em Administração, Doutorado na área de Estratégia.	Pesquisador na área de administração, com diversos trabalhos publicados na área de empreendedorismo.
Esp(8)	Bacharela em Psicologia, Especialista em Psicologia Preventiva, Especialista em Marketing, Mestra em <i>Counselling</i>	Pesquisadora na área de psicologia, administração e marketing, com diversos trabalhos publicados na área de empreendedorismo.

	<i>Psychology</i> , Mestra em Psicologia Social, Doutora em Psicologia Social e Pós doutora na área de Ciências Sociais Aplicadas.	
--	--	--

Legenda: Esp(x) = Especialista entrevistado de número (x)

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Para efeitos de análise os dados provenientes da entrevista de Esp(2) foram desprezados, em virtude de que, durante a entrevista, as perguntas acabaram por não ser respondidas, pois o entrevistado orientou o pesquisador à procurar tais respostas e inferências em seus livros. Foram indicados alguns livros, nos quais o pesquisador levantou e procurou, mas não encontrou aquilo que foi perguntado.

Quanto à técnica de análise de dados, foi utilizada a análise de conteúdo. Roesch et al. (2015) afirmam que o propósito de formular questões abertas ao entrevistado é permitir ao pesquisador entender e capturar a perspectiva dos respondentes. E Bardin (2011) afirma que a análise de conteúdo aumenta a prospecção da descoberta, trazendo riqueza na análise, e buscam-se provas para afirmação de uma hipótese. Assim, a análise de conteúdo trata de trazer à tona o que está em segundo plano na mensagem que se estuda, buscando outros significados intrínsecos na mensagem. Ainda a autora explica que a análise de conteúdo visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica e outras, através de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares, quantitativos ou não. Neste trabalho, as entrevistas feitas foram gravadas, depois transcritas e então separadas em tabelas quanto aos seus achados para depois serem analisadas textualmente, o que pode ser conferido na seção 5, do presente trabalho.

### 3.3 Grupo focal com empreendedores

Conforme já explicado na seção anterior do presente capítulo, o autor da presente pesquisa entendia ser suficientemente direcionador apenas a execução das pesquisas com especialistas para a construção do modelo de *background* do empreendedor. Todavia, estas entrevistas acabaram aumentando a curiosidade do pesquisador quanto a esse *background*, uma vez que os especialistas entrevistados acabaram por fornecer uma visão de certa forma limitada às suas agendas de pesquisa. Nesse sentido, a decisão tomada foi a de ir a campo coletar informações com empreendedores não com um modelo já proposto e pronto a ser testado conforme era o desejo inicial do pesquisador. Essa pivotagem<sup>3</sup> no modelo da pesquisa se deu no sentido de ir a campo coletar dados com empreendedores, mas para utilizar-se esse material também como dados na montagem do modelo de *background* do empreendedor.

A seguir apresentam-se os procedimentos metodológicos, bem como cada passo executado pelo pesquisador nesta etapa da pesquisa.

Quanto ao propósito desta etapa do estudo o mesmo é uma pesquisa exploratória, porque busca definir novos conceitos com o objetivo de aprimorar a sua formulação e mensuração, bem como levantar novas dimensões do fenômeno estudado (LUNARDI, 2008).

Quanto à abordagem, esta etapa pode ser classificada como qualitativa. Severino (2017) entende a pesquisa qualitativa como um conjunto de diferentes técnicas interpretativas, pois procura descrever e decodificar os componentes, pois há um sistema complexo com muitos significados, tendo por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social para o pesquisado.

Quanto ao seu método, este trabalho é uma pesquisa descritiva. Para Pinsonneult e Kraemer (1993), a pesquisa descritiva tem como objetivo informar o pesquisador sobre situações, fatos, opiniões ou comportamentos que tem lugar na população analisada. A descrição do objeto analisado busca mapear a distribuição de um fenômeno na população estudada, seja ela tomada como um todo ou dividida em sub-grupos. O objetivo da pesquisa é

---

<sup>3</sup> Segundo Maria (2014), o termo “pivotar”; vem do verbo em inglês *to pivot* (“mover”; ou “tirar do eixo”) e significa uma mudança radical no rumo na execução de uma ideia original. Para a autora, quando alguém “pivota” uma ideia, significa que esta pessoa está mudando os planos e estratégias que foram pensadas anteriormente para esta execução, que podem não ter dado os resultados esperados.

descrever esta distribuição ou realizar comparações entre as distribuições. E Babbie (2005) define que a pesquisa descritiva objetiva descobrir as situações, atitudes ou opiniões estão ocorrendo na população estudada, sendo que nessa estratégia de pesquisa, o pesquisador não se preocupa em saber o porquê de a distribuição observada existir, mas sim como ela é, tendo por objetivo descobrir fatos e não testar teorias.

Quanto à técnica de coleta de dados: esta etapa foi inspirada no método grupo focal que para Morgan (1997) é uma técnica de pesquisa que coleta dados por meio das interações grupais ao se discutir um tópico especial sugerido pelo pesquisador. Como técnica, ocupa uma posição intermediária entre a observação participante e as entrevistas em profundidade. Esta é ainda caracterizada como um recurso para compreender o processo de construção de percepções, atitudes e representações sociais de grupos. (Veiga e Gondim, 2001). Quanto à quantidade de participantes para o grupo focal, para Rocha, Ferreira e da Silva (2012), não há critério rígido. Para os autores, o número pode variar em função do assunto debatido, do grau de conhecimento (que os autores chamam de expertise dos participantes sobre o tema ou até mesmo a complexidade do assunto). Todavia, os autores apontam que do ponto de vista prático, no Brasil são comumente utilizados entre oito e doze indivíduos participantes. O grupo focal foi executado no dia 16 de setembro de 2019, com oito empreendedores, teve duração aproximada de três horas de conversa dirigida. Foi posteriormente transcrita e seu conteúdo analisado.

Procurando traçar um perfil de cada um dos participantes do grupo focal, em um primeiro momento foram feitas as seguintes perguntas: (i) qual a sua formação; (ii) com qual idade começou a empreender; (iii) qual a idade atual; (iv) qual o tipo de empreendimento atual; e (v) se o empreendimento atual é o primeiro, ou se houve algum empreendimento antes desse. O conjunto de perguntas pode ser conferido no apêndice D deste trabalho. Na sequência, apresenta-se o perfil dos participantes, organizados em ordem alfabética, o que pode ser conferido a seguir, no quadro 13.

**Quadro 13:** Classificação e perfil dos empreendedores entrevistados no grupo focal

<b>Entrevistado</b>	<b>Formação</b>	<b>Começou a empreender com qual idade</b>	<b>Idade atual</b>	<b>Tipo da empresa atual</b>	<b>O empreendimento atual é o primeiro?</b>
EmpGF(1)	Bacharela em Administração	23 anos	24 anos	Escola de Educação infantil	Sim

EmpGF(2)	Graduanda em Engenharia de Produção	19 anos	20 anos	Empresa de marketing digital	Sim
EmpGF(3)	Bacharel em Economia	13 anos	36 anos	Loja de varejo de cosméticos	Sim
EmpGF(4)	Bacharel em Engenharia e Especialista em Gestão empresarial	19 anos	60 anos	Loja de varejo de esquadrias e vidros	Sim
EmpGF(5)	Bacharel em Sistemas de Informação	8 anos	24 anos	Empresa de facilitação ao atendimento online	Sim
EmpGF(6)	Bacharela em Fisioterapia e Especialista em acupuntura	24 anos	32 anos	Empresa de saúde - fisioterapia	Sim
EmpGF(7)	Bacharela em Administração e MBA em Gestão de Pessoas	20 anos	36 anos	Loja de varejo de confecções femininas, <i>lingeries</i> e produtos eróticos	Não
EmpGF(8)	Bacharel em Hotelaria e Especialista em Gestão empresarial	13 anos	36 anos	Empresa restaurante, <i>pub</i> e cervejaria	Não

Legenda: EmpGF(y) = Empreendedor participante no grupo focal de número (y)

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quanto à técnica de análise de dados, o presente estudo utilizou-se da análise de conteúdo. Bardin (2011) afirma que a análise de conteúdo aumenta a prospecção da descoberta, trazendo riqueza na análise, e buscam-se provas para afirmação de uma hipótese. Assim, a análise de conteúdo trata de trazer à tona o que está em segundo plano na mensagem que se estuda, buscando outros significados intrínsecos na mensagem.

O resultado desta etapa da pesquisa pode ser percebido na seção 5 do presente trabalho.

### 3.4 Entrevistas com empreendedores – etapa confirmatória

Executados a pesquisa bibliográfica e bibliométrica, com as características elencadas através da literatura, foram consultados especialistas no assunto a fim de adaptar-se os construtos em direção ao *background* do empreendedor. Na sequência, o grupo focal foi

executado e então elaborado o modelo conceitual (que pode ser encontrado no capítulo 5 do presente trabalho).

Com esses construtos alinhados e organizados no supracitado modelo, foi-se a campo coletar dados com outros empreendedores a fim de confirmar cada um dos aspectos elencados no modelo e revisá-lo, se necessários para a proposta deste trabalho, a saber: o modelo de *background* do empreendedor.

Nesse sentido, esta etapa propõe-se a apresentar os aspectos metodológicos que embasam este momento da coleta de dados, bem como delimitar como cada um desses passos foi executado na confirmação.

Neste momento, apresenta-se o método das entrevistas confirmatórias com empreendedores, após as etapas de revisão da literatura, entrevistas com especialistas e grupo focal com outros empreendedores.

Quanto ao propósito desta etapa, define-se como uma pesquisa-diagnóstico, que já foi devidamente classificada nesta seção da presente pesquisa. Desta forma, essa etapa é uma pesquisa-diagnóstico, pois buscou diagnosticar se as características elencadas no modelo conceitual, se confirmam ou mesmo se novas características se apresentam.

A respeito do caráter do estudo, este se enquadra como uma pesquisa exploratória, que já foi devidamente classificada nesta seção da presente pesquisa. Nesse aspecto delimita-se que o objetivo foi explorar junto aos empreendedores entrevistados se as características pessoais elencadas nas etapas anteriores estariam presentes em seus *backgrounds*.

Quanto ao método de pesquisa desta etapa, define-se como uma etapa qualitativa, Flick (2009), explica que a pesquisa qualitativa visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais, exame de interações e comunicações que estejam se desenvolvendo, assim como da investigação de documentos (textos, imagens, filmes ou músicas) ou traços semelhantes de experiências e integrações.

Para a coleta de dados, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturado com seis perguntas abertas a fim de guiar o pesquisador durante as entrevistas. Este instrumento foi



elaborado baseado no modelo conceitual apresentado na seção 3 do presente trabalho. – O modelo de entrevista utilizado pode ser conferido no Apêndice E.

As entrevistas em profundidade foram realizadas com doze empreendedores de diversas idades, modelos de negócios e cidades. o critério de seleção deste empreendedores deu-se por mapear diversos seguimentos de negócios no estado do Rio Grande do Sul, depois elencar-se diversas empresas para cada um dos seguimentos de negócios e então convidar-se os possíveis entrevistados. Inicialmente foram convidados em torno de cinquenta empreendedores para estas entrevistas e, destes, doze foram os que aceitaram e efetivamente participaram nesta etapa da coleta de dados.

Estas aconteceram entre os dias 04 de dezembro de 2019 a 14 de dezembro de 2019 e cada uma das entrevistas teve duração aproximada trinta minutos. Os dados foram gravados (com permissão dos entrevistados), transcritos e posteriormente analisados à luz dos construtos propostos nessa pesquisa.

A fim de permitir uma melhor compreensão acerca dos diferentes empreendedores entrevistados, o quadro 14 a seguir apresenta um breve perfil de cada empreendedor.

**Quadro 14:** Classificação e perfil dos empreendedores entrevistados nas entrevistas individuais em profundidade

<b>Entrevistado</b>	<b>Formação</b>	<b>Começou a empreender com qual idade</b>	<b>Idade atual</b>	<b>Tipo da empresa atual</b>	<b>O empreendimento atual é o primeiro?</b>
EmpEnt(1)	Bacharela em direito	24	25	Escritório de Advocacia	Sim
EmpEnt(2)	Tecnóloga em administração; MBA em finanças e controladoria; Mestranda em administração; e Pós graduanda MBA em gestão de pessoas e liderança	24	40	Gestão e tecnologia	Não
EmpEnt(3)	Bacharel em engenharia civil; Licenciado em letras inglês; Mestre em linguística aplicada	14	54	Escola de idiomas	Não

EmpEnt(4)	Técnico em ciências contábeis; Tecnólogo em Processos gerenciais; Bacharel em ciências contábeis; MBA em gestão de projetos; Pós graduando MBA em gestão de pessoas e <i>coach</i>	23	48	Escritório de contabilidade	Sim
EmpEnt(5)	Bacharel em administração	16	44	Treinamento e gestão de pessoas	Não
EmpEnt(6)	Tecnólogo em sistemas para a internet	34	38	Sistemas de informação em hotelaria	Sim
EmpEnt(7)	Técnica em ciências contábeis; Bacharela em ciências contábeis; Especialista em controladoria; Especialista em tributos estaduais e federais; Especialista em tributação federal; e MBA em gestão de pessoas e <i>coaching</i>	46	48	Escritório de contabilidade	Sim
EmpEnt(8)	Ensino médio completo	30	37	Gráfica de impressões digitais	Sim
EmpEnt(9)	Tecnólogo em processos gerenciais	21	45	Pub; bar	Não
EmpEnt(10)	Tecnólogo em logística e comércio exterior; Graduando em bacharelado em economia	21	22	Assessoria comercial	Sim
EmpEnt(11)	Técnica em secretariado; Tecnóloga em gastronomia	29	32	Alimentação; bolos e doces	Sim
EmpEnt(12)	Tecnólogo em marketing; Tecnólogo em gestão pública; Especialista em marketing e comunicação; MBA em marketing estratégico; MBA em gestão estratégico de	26	41	Varejo	sim

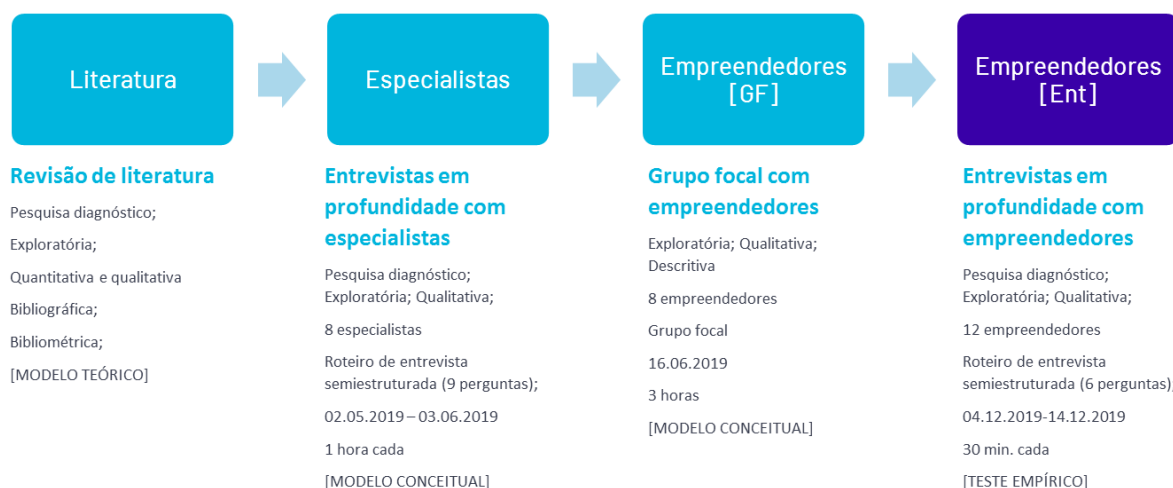
	negócios; Mestrando em administração				
--	--	--	--	--	--

Legenda: EmpEnt(z) = Empreendedor entrevistado na fase confirmatória de número (z)  
 Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quanto à técnica de análise de dados, foi utilizado a análise de conteúdo, já devidamente classificada e explicada nesta seção do presente trabalho. Nesta etapa da pesquisa, as entrevistas feitas foram gravadas, depois transcritas e então separadas em tabelas quanto aos seus achados para depois serem analisadas textualmente, o que pode ser conferido na seção 5, do presente trabalho.

De forma resumida, o desenho da presente pesquisa bem como cada etapa executada pode ser conferida a seguir, na figura 1.

**Figura 1:** Desenho do método de pesquisa



Fonte: dados da pesquisa (2020).

## **4 BACKGROUND DO EMPREENDEDOR: CONSTRUÇÃO DE UM MODELO CONCEITUAL**

No presente capítulo discutem-se os resultados das entrevistas em profundidade com os especialistas em empreendedorismo, bem como do grupo focal realizado com os empreendedores.

### **4.1 Entrevistas em profundidade com especialistas**

Inicialmente, a todos os entrevistados foram propostas duas perguntas abertas para a prospecção de características que aparecem nas falas e podem ser exploradas mais detalhadamente, as perguntas consistiam em: (i) “O que você acha que a história ou a bagagem da pessoa influencia no fato de ser empreendedor ou na forma dele em ser empreendedor?”; e (ii) “Qual o histórico pessoal que constitui um empreendedor?”. Em primeiro momento, dois aspectos apareceram de forma mais aberta na recorrência das falas dos oito entrevistados, cinco apontaram questões familiares, como o fato de ter empreendedores em casa, de empresas familiares ou até mesmo aspectos de formato na criação, seguidos por aspectos de características pessoais também abordados por cinco entrevistados, também apareceu a questão de competências empreendedoras. Válido destacar que um sexto entrevistado se referiu às características pessoais, todavia para dizer que estas não tem interferência na composição do empreendedor.

Sequencialmente, aspectos de educação formal ou mesmo informal destacam-se na fala dos entrevistados, bem como aspectos de experiências profissionais anteriores e também as redes de relacionamento com outros empreendedores. Estes três aspectos foram citados por três entrevistados. Além disso, um dos entrevistados mencionou questões de idade ao falar das novas gerações. E, por fim, nessa fase inicial um dos entrevistados explicou na sua concepção, que este *background* é composto em três eixos, a saber: (i) o conhecimento do empreendedor de quem é – de forma antropológica; (ii) o conhecimento do empreendedor do que sabe fazer – como um *know-how*; e (iii) aquilo que o empreendedor conhece, sejam em aspectos de pessoas, lugares ou aspectos dos trabalhos.

**Aspectos familiares:** conforme supracitado, este foi um dos temas mais recorrentes nas falas iniciais dos entrevistados, o que passou a ser investigado de forma mais específica na sequência.

O que se percebeu mais recorrentemente foram questões de aspectos de criação influenciarem de forma direta no *background* do empreendedor, na fala de cinco entrevistados. Aspectos de criação podem influenciar tanto de positiva como negativamente, para Esp(4) “a criação pode influenciar em formar uma visão mais tradicional de negócio, porque a criação influencia na maneira da pessoa enxergar o mundo”. Nessa sequência, Esp(5) explica que a criação pode ser direcionada a tornar a criança mais capaz, audaz e independente. O que também foi abordado por Esp(8), ao dizer que a criação superprotetora pode tornar a criança e futuro adulto irresponsável e dependente, sem o desejo de ser protagonista de sua história. Ainda para Esp(8), os pais podem incentivar a criança à lidar com o ambiente de forma mais confrontiva em vez de passiva. Esses mesmos aspectos aparecem na ideia de Esp(6), ao dizer que os pais tomam decisões diárias na criação dos filhos e nessas podem direcionar o pensamento da criança sobre o que é certo ou errado através de conselhos e nestes estimular uma ideia de que a criança pode acertar errando, sem ter medo – criando assim uma competência de assunção a riscos. Esp(4) e Esp(5) concordam ao afirmar o mesmo, todavia de uma forma negativa onde os pais podem deixar a criança com medo do risco.

Transitando de aspectos de criação, outro ponto percebido foi a questão de a família influenciar, incentivar ou mesmo desincentivar o desejo de empreender do adolescente ou jovem. Esp(5) explica que a família pode criar um ambiente onde a ideia de que a estabilidade do serviço público gera um ambiente onde o incentivo seja ao jovem preparar-se e prestar concurso público. Esp(3) prossegue ao dizer que o apoio da família pode ser nulo ou mesmo desincentivar, pela mesma questão. Em algumas famílias este pensamento até pode chegar a mudar, mas com o tempo quando o empreendedor já está estabilizado em sua empresa. Todavia, também pode ser exposto que os pais que influenciam positivamente até mesmo aportando financeiramente as ideias dos jovens empreendedores. Nesse sentido, Esp(6) explica que os pais podem estimular essa ideia empreendedora ao jovem que deseja empreender ao sair de um estágio ou trabalho mais formal e estável. Para Esp(6), o papel dos

pais pode ser incentivar esses passos aventureiros ainda que seja para se aprender errando: o que pode despertar o espírito empreendedor no jovem.

Outro aspecto percebido é a questão de ter empreendedor na família, onde a convivência com o empreendedor gera um ambiente propício às conversas que direcionariam ao empreendedorismo. Este assunto aparece na fala de quatro entrevistados. Nas palavras de Esp(1):

Entre as pessoas que eu conheci que queriam empreender, boa parte delas tinham em sua biografia um ambiente empreendedor em casa. Conviviam com pais empreendedores, tios empreendedores e isso fez com que a pessoa despertasse o interesse pra depois de formado não querer emprego, não querer trabalhar de carteira assinada em lugar algum e montar o seu negócio. Eu não conheço nenhuma pesquisa que trate isso como característica genética, mas o ambiente familiar tinha o espírito empreendedor por causa do avô, do pai. As pessoas conversam sobre aquilo, conversando com pessoas que são responsáveis por aquilo que fazem.

Ter empreendedor na família também é comentado por Esp(7) ao explicar que conhecer empreendedores em seu ciclo social e mais especificamente ter empreendedores e outras experiências empreendedoras na própria família propicia a aspiração a empreender. Nesse sentido Esp(8) concorda, ao dizer que ter pais empreendedores pode influenciar a querer seguir no mesmo rumo e também coloca um contraponto ao explicar que a pessoa pode olhar para o pai empreendedor e querer empreender também para fazer diferente ou mesmo não querer empreender por não querer seguir o estilo de vida dos pais. De qualquer forma, ter este empreendedor na família influencia. E, de forma específica, Esp(6) entende que muitos podem querer empreender pelo fato de ter-se uma empresa familiar, para ele, essa empresa pode influenciar a escolha por empreender pelo fato de querer dar sequência ao legado familiar.

**Lugar de nascimento ou criação:** transitando de aspectos de criação, na sequência, como pergunta de número quatro foi questionado aos entrevistados se o lugar onde a pessoa nasceu ou mesmo foi criada interfere no *background* do empreendedor.

A questão da cultura local recorreu na fala dos entrevistados. Esp(8) explica que a visão da sociedade implica sim nas escolhas profissionais, pois a pessoa se pergunta o que a sociedade valoriza: se uma resignação na busca por um emprego ou uma busca à abrir o seu negócio e ser protagonista. Nesse sentido, utilizam-se as palavras de Esp(1) onde explica que

(...) se as pessoas ao seu redor estão sendo bem sucedidas, você acha estranho estar ligado a cargos e acaba preferindo modelos de trabalho mais autônomos. A cultura de trabalho de uma região impacta sim na forma como as pessoas enxergam o trabalho. Por exemplo: imagina se a pessoa crescesse no vale do silício, é muito pouco provável que escolha outro estilo de vida, porque ali você conhece os seus heróis e eles estão empreendendo, fazendo negócio. Ver isso, e ver modelos de sucesso, ter referências, isso dentro da cultura local de trabalho impacta muito na decisão de carreira.

Concordando com Esp(1), nesse mesmo sentido, Esp(4) também comenta sobre o ambiente regional impactar. Nas palavras dele:

A região em que estamos tem primado para negócios mais tradicionais. A cidade de Rio Grande tem uma cultura bem tradicional, onde a ideia do novo é passageira. Dessa forma, a cidade importa muito a inovação e a tecnologia, sendo que temos condições de criar para exportar. Além disso, percebe-se que a desvalorização do conhecimento gerado na universidade local gera reflexos na autoestima, mas isso não é algo que acontece só na cidade de Rio Grande. No estado do Rio Grande do Sul é normal isso, porque é um estado muito vinculado ainda ao agronegócio, ainda que o agro agora esteja muito voltado à tecnologia, essa dificuldade de acesso à equipamentos acaba gerando uma cultura de investir em terrenos para se viver de aluguel, em uma clara aversão ao risco.

Transitando de cultura local para a questão sobre o desenvolvimento do ambiente, Esp(5) acrescenta que ter um ambiente econômico mais desenvolvido estimula a ideia de empreender, ainda que não seja com produtos disruptivos, podendo ser apenas produtos triviais, mas feitos com qualidade e alinhados à necessidade da região, o que também pode ser percebido nas falas supracitadas de Esp(1) e Esp(4). Além disso, aspectos do contexto local como desemprego podem gerar influência ao empreender. Esp(3) explica que o contexto local pode ser muito estimulante, por ver no outro um exemplo ao buscar fugir do problema do desemprego empreendendo. Para ela, as políticas públicas no Brasil não incentivam o empreendedorismo, por isso, a necessidade pode ser um fator propulsor. Algo que também aparece na fala de Esp(1), ao dizer que em uma região com muitos desempregados, os empreendedores que conseguem fazer seu negócio dar certo acabam se destacando na mídia local e influenciam outros a buscarem essa alternativa. Esta ideia de *networking* empreendedor incentivar apareceu também na fala de Esp(7).

**Educação:** sobre aspectos educacionais influenciarem no *background* empreendedor, percebeu-se em variadas formas, nas falas dos entrevistados.

Dentre os entrevistados que entendem a educação enquanto ferramenta de alavancagem ao empreendedorismo, Esp(1) coloca que o empreendedorismo pode alavancar uma região e mudar uma sociedade através das melhores condições pessoais e familiares. Para ele, a universidade pode impactar na forma como os profissionais vão enxergar o ato de empreender. Nessa mesma linha de pensamento, Esp(4) acrescenta que é na universidade onde muitos adolescentes amadurecem e constituem-se os adultos profissionais. Sendo assim, nesse momento, a maneira como certas ideias são repassadas à eles pode mudar sua forma de pensar quanto ao empreendedorismo. Esp(7) defende que o nível de educação formal impacta diretamente no empreendedorismo mais voltado à inovação e mais especificamente à tecnologia. Já Esp(8) explica que a aprendizagem se dá por meio de modelos, e através dos professores algumas ideias vão ser consolidadas em um formato pró ou mesmo contra o empreendedorismo, todavia a educação impactaria diretamente na questão de empreender.

Em contraponto, alguns entrevistados colocam a educação como um fator neutro, ou mesmo negativo. Esp(1) explica que as universidades ou mesmo os professores que tem uma leitura materialista marxista enxergam o processo de empreender como um avanço do capital sobre a subjetividade das pessoas, o que pode impactar quanto à forma de trabalhar o empreendedorismo nas salas de aula. Já Esp(3) entende que a educação não necessariamente vem a ser um fator decisivo. Para ela, a maior parte dos professores de empreendedorismo nunca empreenderam, o que leva à um ensino mais voltado à aspectos teóricos. Além disso, uma das ideias no ensino de empreendedorismo é trabalhar-se o plano de negócios. E, com ele os estudantes podem de certa forma sentirem-se desestimulados por entenderem que o empreender pode ser muito difícil. Nessa linha, Esp(6) prossegue ao explicar que o formato do ensino de empreendedorismo nas universidades de certa forma acaba sendo com carga horária menor ou mesmo “delegado” ao formato Educação a distância (EaD), e acrescenta que o ambiente dos cursos de graduação em administração propicia a formação de empregados, estimulando pouco a orientação empreendedora nos acadêmicos.

Também foi conversado acerca de projetos de educação empreendedora extraclasse. Esp(4) entende que esse tipo de projeto provoca a experiência empreendedora, pois confronta a experiência empreendedora com os aspectos teóricos dos conteúdos dos cursos. Essa provocação leva então ao amadurecimento da ideia de negócio para facilitar o processo de incubação. Esp(3) entende que esses projetos ajudam na experiência de quem quer empreender, mas não tem a formação gerencial, ao ensinar a utilização de algumas



ferramentas. E Esp(8) concorda ao explicar que a interação desses ambientes pode sim propiciar a geração de ideias de negócios.

Por fim, outro aspecto conversado foi sobre o ensino de empreendedorismo pré-universidade, seja em anos iniciais, ensino fundamental, médio ou técnico. Esp(5) explica que é muito melhor que os estudantes chegassem à universidade já com uma bagagem de empreendedorismo, onde pode ter sequencia questões previamente trabalhadas. Na sequencia Esp(6) explica que, ao trabalhar programas de educação empreendedora para estudantes com menor idade ainda na fase escolar percebe que o formato do ensino precisa ser customizado de acordo com a idade e nível dos estudantes, todavia ressalta a importância destes na formação, pois segundo ele, com esse ensino, os estudantes podem desde cedo conseguir descobrir se têm essa aptidão e desejo por empreender ou não.

**Aspectos sociodemográficos:** a fim de entender a possível interferência de fatores sócio-demográficos, investigou-se acerca de idade, gênero e aspectos de nacionalidade.

A respeito de idade, os entrevistados entendem que impacte no *background*, Esp(6) explicou que a idade mais tenra traz uma predisposição maior ao empreender, pois as gerações mais novas já nasceram em um novo cenário de mercado onde a ideia de trabalhar para alguém como estilo de vida já não é a lei, podendo ser empreendedores e trabalhar para várias pessoas ao mesmo tempo. Esp(3), Esp(5), Esp(7) e Esp(8) falaram de empreendedorismo em idades mais avançadas ao explicarem que na velhice, os compromissos familiares já começam a diminuir, e a bagagem de trabalho que os aposentados trazem, pode gerar um sentimento de não querer abandonar o mercado. Dessa forma, buscam empreender para utilizar seu conhecimento, tendo em vista que algumas perdas financeiras nessa idade podem ser toleráveis.

Quanto ao gênero, os entrevistados foram enfáticos ao afirmar que ser mulher pode sim interferir nesta escolha por empreender. Esp(1) explica que as mulheres precisam de flexibilidade por conta de seu estilo de vida e isso as leva a buscar trabalhos onde podem gerenciar melhor seu tempo. Esp(8) acrescenta que uma mulher empreendedora tem uma carga dupla de família e emprego, todavia a mulher tem uma facilidade de relacionamento que a ajuda no processo empreendedor. E Esp(4) entende que as mulheres estão mais preparadas

para a nova economia e o empreendedorismo, por serem mais empáticas e entenderem melhor as necessidades das pessoas. Sinaliza-se, no entanto que dois entrevistados entendem que a questão de gênero não interfere nessa escolha.

Por fim, quanto a questões étnicas, de nacionalidade ou mesmo mobilidade, Esp(3) e Esp(4) tem ideias bem semelhantes quanto à refugiados de guerra que chegam a outros países. Para eles, por não encontrar empregos, essas pessoas acabam por abrir seus negócios em outro país como forma de se manter, o que leva a um empreendedorismo por necessidade. Esp(8) explica que a nacionalidade pode impactar por aspectos culturais onde o empreendedorismo pode ser visto como positivo ou negativo neste local, o que interfere na forma de pensar e escolha por empreender das pessoas.

**Questões religiosas:** neste quesito, os entrevistados entendem que pode a religião interferir no *background* do empreendedor. Foi recorrente a explicação de que no catolicismo se vê a ideia do empreender pelo lucro como algo ligado a uma visão moral de errado atrelado ao pecado. Todavia, esta visão muda quando se trata da religião cristã protestante, seja em evangélicos, luteranos, ou neopentecostais. Para estas religiões, tende a ter um estímulo à ideia de que o trabalho é bom e não há problemas em se auferir lucros. Esp(6) inclusive explica que vários clientes que chegam à busca pelos serviços de consultoria, afirmam ter aberto a empresa ou querer abrir a empresa porque a igreja o subsidiou de motivos para isso. Esp(3) entende que isto ocorre pelo *networking* das pessoas da igreja, onde um cria seu negócio e tem então um público para quem vender. Importante afirmar que, ao perguntar sobre religião, foi feito de forma aberta sem indicar religiões a serem tratadas, aparecendo apenas religiões cristãs nas falas dos entrevistados, justificando-se assim não aparecerem outros tipos de religiões, sejam de matriz africana, budista ou outras.

**Atividade profissional:** na sequência, foram direcionadas perguntas acerca da atividade profissional prévia dos empreendedores. Procurou-se investigar se o tipo de atividade das empresas anteriores, as experiências de trabalho anteriores (o tempo e atividades desenvolvidas) e a posição em que essas pessoas ocupavam nestes trabalhos interferem ou não no *background* do empreendedor. Foi outra questão com uma resposta praticamente

consensual. Esp(1) explicou sobre os empreendedores que “quando começam a trabalhar de maneira mais autônoma, junto com empresário, discutem ações, intervenções, vendo as coisas acontecerem, essas pessoas falam que não querem mais voltar pra empresa, que acham limitado estar no seu quadrado”. Nessa linha, Esp(4) acrescenta que ter participado de qualquer experiência anterior acaba tornando mais fácil que se encaixe o perfil do profissional na hora de incubar uma empresa. Em outra vertente, Esp(5) e Esp(6) entendem que ter uma experiência profissional anterior pode levar uma pessoa a perceber certas dificuldades que a gestão de uma empresa tem e isso pode levar a uma escolha de querer a estabilidade e segurança de um emprego em vez de se aventurar na busca de sua independência profissional. Por fim, Esp(3) e Esp(7) explicam que a experiência anterior, seja ela técnica de *know-how* acerca de algo ou mesmo de gestão em alguma área da empresa, pode influenciar ao fazer a pessoa pensar que quer ter o seu negócio pois saberia lidar com as questões empresariais baseado em sua experiência. Apresentaram-se as ideias dos entrevistados, mas reitera-se que todos eles entendem que a experiência profissional interfere no *background*.

**Significação à formação:** por fim, foi perguntado aos entrevistados quanto à significação que os estudantes dão à sua formação, se isso interfere ou não no *background* dos mesmos. Esp(3) entende que sim, e explica que o saber técnico dos cursos pode direcionar a escolha pelo empreendedorismo, pois os estudantes procuram colocar em prática a sua formação, enquanto que outros cursos com uma bagagem menor de saber técnico, como o curso de administração tende a levar os estudantes à procurarem direcionar sua formação para prestar concursos ao fim do curso. Nessa mesma linha de pensamento, Esp(5) concorda ao dizer que ainda tem muitos estudantes que fazem o curso de ciências contábeis e buscam por cargos públicos no fim de sua graduação. E isso acontece porque os estudantes fazem sua graduação de forma pouco holística, olhando apenas para aspectos específicos de sua formação, não colocando em prática o posicionamento acerca dos saberes. O mesmo aparece na fala de Esp(6) e Esp(7) que explicam a tendência dos projetos políticos pedagógicos em orientar os cursos à formação de mão de obra para o mercado de trabalho, em vez de orientar para a formação do profissional independente, o que impacta na ideia do estudante que será o futuro profissional. Em suma, estes entrevistados se posicionam a favor de que se o estudante entra no curso com uma visão voltada à ideia do concurso público ou mesmo de ser um empregado ao final do curso, a

significação que ele dá à formação será diferente e poderá impactar por uma escolha ou não ao empreendedorismo no futuro.

**Outras questões:** nas entrevistas ainda, em momentos interseccionados, apareceu como um assunto que não estava no guia semiestruturado que o acesso à matéria prima, recursos, conhecimentos específicos e outros aspectos que podem impactar na escolha dos empreendedores. Isso porque, segundo os entrevistados (Esp(4), Esp(6) e Esp(7)), quando se tem acesso à esses recursos, o empreendedor tende à pensar que pode empreender pela facilidade ao usá-los e isso interfere em suas escolhas empreendedoras. E outra questão além do *check-list* semiestruturado que foi recorrente na fala de praticamente todos os entrevistados (Esp(1), Esp(3), Esp(4), Esp(5), Esp(6), Esp(7) e Esp(8)) foi a questão de *networking*. Para os entrevistados, aqueles que estão inseridos em ecossistemas empreendedores, sejam eles a família, grupos de amigos, grupos locais, cidades e etc., podem ser influenciados por uma “cultura empreendedora”, onde as conversas seriam orientadas à isso, de forma que empreendedores podem ser gerados sim nestes ambientes.

## 4.2 Grupo focal com empreendedores

Na sequência, desenvolvem-se as análises, examinando os dados empíricos daquilo que foi dito pelos participantes, analisados com base nos objetivos e no referencial teórico – a saber: os construtos dessa pesquisa, sobre as características do que interfere no *background* dos empreendedores.

**Aspectos familiares:** esse quesito foi um dos mais mencionados por todos os participantes.

Quanto à influência do avô: EmpGF(8) explica que o fato de ter empreendedor na família, a saber: o seu avô, acabou influenciando a cultura da família para o empreendedorismo. Conta ainda que tendo o avô uma loja, desde criança, quando viajava nas férias para a cidade do avô, ele brincava de atender os clientes, arrumar as prateleiras da loja,

para ele era uma grande diversão. Ele cresceu vendo o empreendedorismo como uma coisa muito comum – sem uma predisposição negativa.

Quanto à influência da mãe: EmpGF(1) entende que ainda que tenha graduação na área de negócios, quem teve a coragem para dar o primeiro passo em abrir o empreendimento foi a mãe dela, que tinha o *know-how*, uma vez que era professora e o empreendimento vem a ser uma escola de educação infantil. EmpGF(3) explica que ocorreu com ele algo semelhante, começou a empreender através da relação dele com sua mãe: a mãe tinha uma loja de produtos, mas gerenciava de forma que não rendia como ele achava que poderia. Dessa forma, ele foi tomando conta do negócio aos poucos e com isso fez crescer o negócio que hoje gerencia.

Quanto à influência do irmão: EmpGF(4) diz que o irmão estava com vontade de abrir uma empresa e o convidou para trabalhar junto e ele negociou para ser sócio com 50%. Conta também que ajudou o irmão à montar a empresa e depois acabou comprando a parte do irmão. Relata ainda que a ideia do irmão pode ter vindo de ter visto, quando criança, o pai trabalhando no mesmo negócio.

Quanto à influência do cônjuge/namorado(a): EmpGF(2) conta que começou a empreender mesmo por causa do namorado que estava criando uma empresa, ela particularmente não gostava disso, só teve um emprego antes da empresa: com o tempo acabou tomando a frente da empresa. EmpGF(6) demonstra algo semelhante: o marido dela teve a iniciativa de procurar no estado do Rio Grande do Sul oportunidades de mercado para fisioterapeutas e percebeu um espaço em Rio Grande/RS. Aceitou o desafio, e veio com ele, e com o tempo acabou tomando a frente da empresa. E EmpGF(7) explica que ela começou o primeiro negócio com o marido. Era algo que ela queria muito fazer, mas tinha medo por ter um emprego estável e promissor. Pelo estímulo dele e mesmo com resistência da parte de sua mãe, ela começou o negócio. Mesmo, nas palavras dela: tendo sido muito ruim a experiência, porque ela e marido viraram apenas sócios e acabaram “perdendo o casamento”, o apoio dele foi muito importante, porque na época caso não tivesse esse apoio teria ficado muito mais balançada e talvez não fosse empreender.

**Lugar de nascimento e/ou criação e aspectos de mobilidade:** EmpGF(6) graduou-se em outro estado e passou a trabalhar tendo em vista o marido encontrar uma oportunidade em outro estado – aspecto de mobilidade pode ter influenciado na decisão por empreender. EmpGF(5) veio de outro estado, a saber: Minas Gerais, para cursar sua graduação no estado do Rio Grande do Sul. Para ele, ter nascido em Minas Gerais ou mesmo ter se mudado de um estado para o outro não influencia em questões de empreender, pois, para ele é uma questão de atitude interna: se enxergar como um empreendedor. E EmpGF(7) complementa dizendo que, dependendo do estímulo da cidade não teria tomado a atitude de empreender, porque as pessoas da cidade falam mal dela, dizendo que não vale a pena empreender – para ela, também é uma questão de atitude.

Ainda com relação à região de nascimento ou de criação, um aspecto que aparece é o “empreender” como resposta ao desemprego. EmpGF(1) explica que nunca se viu empreendendo, todavia em resposta ao desemprego constante e crescente na cidade de Rio Grande/RS, percebeu que a mãe tinha interesse em montar uma escola, resolveu estudar plano de negócios e apoiou a mãe em abrir a empresa. EmpGF(5) comenta que a ideia da empresa inicialmente começou como que por um caminho natural e informal, por necessidade. EmpGF(6) explica que empreender foi “instintivo”, porque precisava trabalhar e a forma que o tinha para fazer isso era tendo o “seu” espaço. E EmpGF(7) conclui ao dizer que estava precisando de dinheiro para pagar a faculdade e isso fez com que ela decidisse por empreender.

**Educação:** aspectos de educação formal (anos iniciais, ensino fundamental, ensino médio, ensino técnico, ensino superior e pós-graduação) ou mesmo informal (cursos complementares), podem ter papel na decisão por empreender.

Educação pode ter influenciado: EmpGF(5) comenta que tinha uma atitude empreendedora desde muito cedo, quando com oito anos já comercializava balas na escola e pelos arredores. Todavia, começar sua graduação na área de sistema de informação pode ter influenciado tendo em vista sua empresa ser na área de facilitação de atendimento através de ferramentas digitais, como redes sociais. Nas palavras dele: “A faculdade influencia em questão de maturidade e networking, porque o que ensinam é muito raso, só vai se aprender

mesmo na prática. Faculdade tem um papel bem mais de amadurecimento da pessoa do que de ensinar.”.

Educação auxiliar na empresa, mas não necessariamente estimular a empreender: EmpGF(2) não vê a educação como impulsionador a empreender. Ela começou seus estudos na área de fabricação mecânica, atualmente estuda engenharia de produção e sua empresa é de marketing digital. Todavia, para ela, estudar produção traz algumas ferramentas que ajudam na gestão da empresa. Já EmpGF(4) explica que, por sua empresa trabalhar com aspectos realmente técnicos, sua formação na engenharia pode ter ajudado na empresa, tendo em vista que seus clientes são engenheiros também, assim como ele. Para ele, facilita a conversa em termos técnicos e auxilia a vender mais. Mas não que o tenha influenciado a empreender. EmpGF(7) fez o curso de bacharelado em administração, mas relata que na época do curso não pensava nos conteúdos estudados como úteis para a vida. Todavia, quando decidiu por empreender procurou outros cursos na área de negócios para auxiliar. E EmpGF(8) explica na mesma direção: que a faculdade ajudou muito de forma técnica em aspectos práticos da área operacional do negócio atual. Todavia, quando começou a empreender não cursava ensino superior ainda.

**Aspectos de fé e religião:** EmpGF(8) fala sobre ter santinhos e fé. Que ele pede e depois agradece por coisas que acontecem. Para ele a fé serve para ter equilíbrio emocional e força de vontade. EmpGF(4) concorda e diz que é a fé que ajuda nos momentos difíceis. Nas palavras dele: “é quase impossível não ter fé”.

**Nascer empreendedor:** também aparece, em momentos diferentes, mas de forma espontânea, o assunto de ter nascido empreendedor. EmpGF(4), EmpGF(5), EmpGF(7) e EmpGF(8) afirmam abertamente “serem” empreendedores como que por nascerem assim, ou mesmo expressões de “ter uma veia empreendedora”. EmpGF(5) diz que desde criança se enxerga assim, explica que, com oito anos de idade já vendia balas por iniciativa própria, e depois na adolescência começou a trabalhar com vendas por mercados informais na internet. EmpGF(7) conta história semelhante ao dizer que na escola vendia coisas, como “joguinhos” aos colegas. Ela afirma ter uma “veia empreendedora” desde nascer. EmpGF(8) conta que seu primeiro

empreendimento foi quando criança ganhou um casal de periquitos que deram cria e ele foi vendendo os filhotes, chegando à montar um viveiro e vendendo os animais tornou um negócio sustentável – uma “atitude” empreendedora desde criança. EmpGF(4) concorda com os outros participantes acerca de “ser”, “nascer” empreendedor.

**Não querer ser empregado de ninguém:** esse aspecto também aparece na fala de EmpGF(1), ao dizer que ainda que não se sinta 100% empreendedora, sente que não vai ser funcionária de alguém nunca mais. E EmpGF(6) no mesmo sentido, diz que nunca pensou nem mesmo gostou de ser subordinada de ninguém, então foi uma “condição natural” que a conduziu a empreender.

**Empreender como ferramenta de superação:** por fim, apresenta-se a história de EmpGF(4), ele conta que às vezes fala com amigos na família que teve um dia que mudou completamente. Com 18 anos tinha se alistado ao exército e estava estudando engenharia, se matriculou em todas as cadeiras. Num grupinho de amigos que também serviam o exército brasileiro, comentavam quantas cadeiras dos seus cursos de graduação fariam até que perguntaram pra ele quantas ele iria cursar, quando ele diz que se matriculou em todas as possíveis, todos riram, falaram que iria reprovar em todas. Todavia, ele se esforçou e conseguiu a aprovação em todas. Como todos riram dele, entendeu aquilo como algo a ser superado. Sobrava tempo depois que superou esse desafio, no que irmão estava com vontade de abrir uma empresa e ele quis ser sócio com 50%. Montou a empresa junto com o irmão e depois comprou a parte da empresa do irmão.



## 5 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA

Mesmo diante das supracitadas taxonomias, pouco se encontra acerca do *background* do empreendedor. Fala-se de características do empreendedor, mas de formas separadas, sem uma análise holística que integre os drivers de pesquisa e apresente de forma inteira o *background* do empreendedor.

Nesse sentido, baseado em aspectos já consolidados na literatura, conforme percebeu-se nos trabalhos de Achleitner et al. (2007); Alonso-Almeida et al. (2015); Bernardi (2012); Bessant (2015); Boca (2014); Dantas (2008); Diochon et al. (2005); Hadzic e Dinç (2016); de Harlez, e Malagueño (2016); Kinias (2013); Lee et al. (2004); Lilienfeld et al. (2013); de Logen (1997); Nanus (1992); Popelka et al. (1992); Robbins (2002); Tajra (2009); Timmons (2011); Wang et al. (2012); Weng (2013); Westley (1991); e Yang et al. (2008), apresenta-se o modelo conceitual da presente pesquisa a seguir textualmente e também na sequência, no quadro 15.

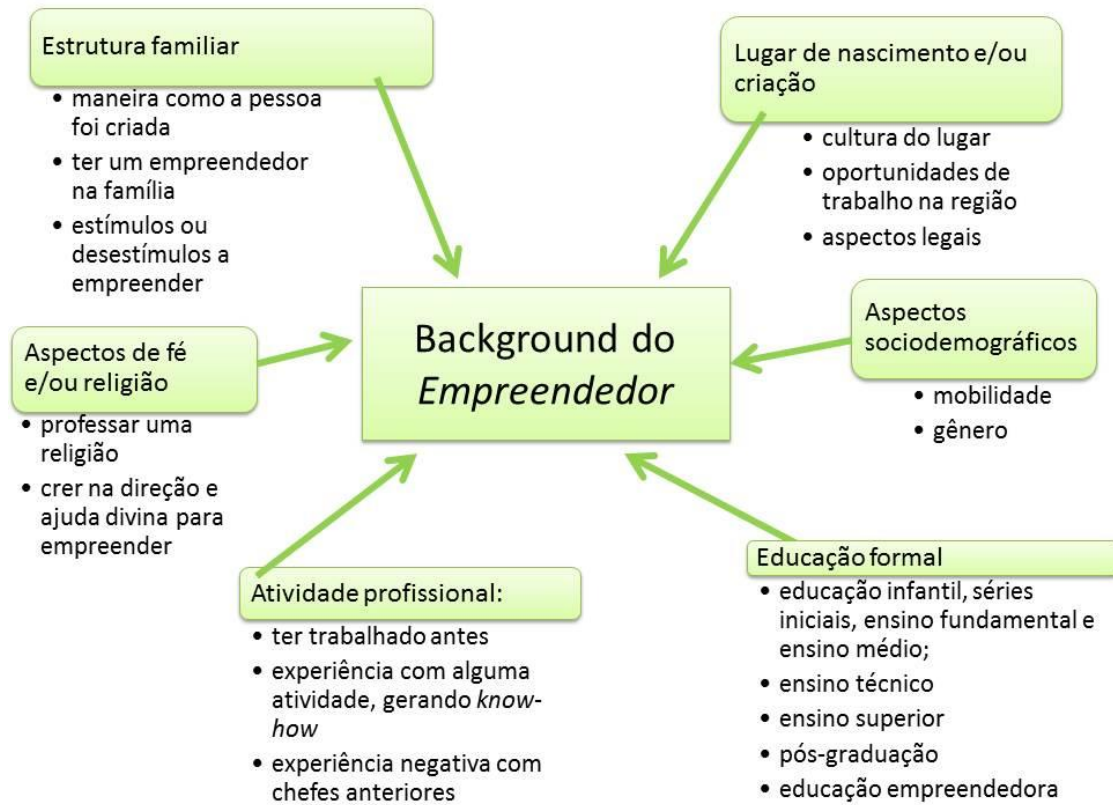
**Quadro 15:** Modelo conceitual de *Background* do Empreendedor

Aspectos	Desdobramentos
a) Aspectos familiares	i) A estrutura familiar; ii) A maneira como a pessoa foi criada; iii) O fato de ter um empreendedor na família; e iv) Estímulos ou desestímulos a empreender.
b) Lugar de nascimento e/ou criação	i) A cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo; ii) Oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego); e iii) Aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo.
c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em:	i) Educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio; ii) Ensino técnico; iii) Ensino superior; iv) Pós-graduação lato e stricto sensu; e v) Programas de educação empreendedora.
d) Aspectos sociodemográficos	i) Mobilidade; e ii) Gênero;
e) Aspectos de atividade profissional	i) Ter trabalhado antes de empreender; ii) A experiência com alguma atividade, gerando know-how; e iii) Experiência negativa com chefes anteriores.
f) Aspectos de fé e/ou religião	i) Professar uma religião; e ii) Crer na direção e ajuda divina para empreender.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

A seguir, o modelo conceitual proposto em formato de figura, a saber: a figura 2.

**Figura 2:** Modelo conceitual de *Background* do Empreendedor



Fonte: dados da pesquisa (2020).

## 6 ETAPA CONFIRMATÓRIA: ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES

As entrevistas em profundidade com doze empreendedores de variadas idades, modelos de negócios e cidades. Estas aconteceram entre os dias 04 de dezembro de 2019 a 14 de dezembro de 2019 e cada uma das entrevistas teve duração aproximada trinta minutos. Os dados foram gravados (com permissão dos entrevistados), transcritos e posteriormente analisados à luz dos construtos propostos nessa pesquisa.

Em um primeiro momento, as entrevistas começaram com uma pergunta aberta “O que te mobilizou a abrir o teu primeiro negócio?”, neste momento, várias variáveis inicialmente já apareceram. O que mais apareceu nesse momento inicial de fala aberta foram aspectos familiares, nas falas de EmpEnt(4), EmpEnt(5), EmpEnt(6), EmpEnt(7), EmpEnt(9), EmpEnt(11) e EmpEnt(12). Na sequência, Aspectos de experiências profissionais apareceram nas falas de EmpEnt(1), EmpEnt(3), EmpEnt(7) e EmpEnt(8). Por fim, EmpEnt(2) e EmpEnt(10) falaram acerca de motivação interna e desejo de crescer na vida.

**Aspectos familiares:** esse foi um dos aspectos que mais apareceu na fala dos entrevistados, já em primeiro momento na pergunta aberta.

Empreendedor na família: EmpEnt(2), EmpEnt(4), EmpEnt(5), EmpEnt(6), EmpEnt(7), EmpEnt(8), EmpEnt(9), EmpEnt(11) e EmpEnt(12), (9, dos 12 entrevistados) mencionaram o fato de ter um empreendedor na família.

EmpEnt(2) explicou que, como pai foi empreendedor, os filhos desde cedo começaram a interiorizar que, atuando como empregados não teriam a autonomia para tomar decisões. Bem como o pai, os avós e tios também foram empreendedores. Quando crianças, eles iam para a cada dos avós e ficavam no ambiente da empresa, o que foi gerando esse desejo de abrir a empresa. Além disso, segundo ela, ver o pai empreendendo gerou nela e nos irmãos um desejo de independência. Ela menciona também o fato de que a criação dela e dos irmãos foi voltada a autonomia. Outro fato mencionado por ela foi o de que a cultura familiar sempre foi, nas palavras dela: “A família sempre te dá o primeiro emprego, até tu te preparar para ir embora e abrir a tua empresa. Com isso, na minha família não teve uma pessoa que tenha tentado empreender e tenha voltado atrás depois.”

EmpEnt(4) contou que vem de uma família onde ela e mais oito irmãos cresceram em um ambiente empreendedor, onde a mãe fazia os lanches e os filhos saíam para a rua, para vender. Já seu pai, mesmo analfabeto, quando veio para a cidade virou relojoeiro. Para ela, “O pensamento que ficou da nossa criação é que se alguém faz é possível que qualquer um faça. Então eu sempre percebi que não precisava de muito além da vontade para empreender.”. Semelhante história é a de EmpEnt(11). Ela conta que tanto a vó quanto a mãe cozinhavam e vendiam na rua. Nesse sentido, ver a mãe cozinhar conduziram-na aos primeiros passos em aprender a cozinhar e futuramente seguir os mesmos passos, em abrir uma empresa no ramo alimentício.

EmpEnt(5) explica que foram o pai e a mãe dele que, junto com ele abriram a primeira empresa. Logo em seguida o pai deixou o negócio, mas a sua mãe permaneceu, junto com ele. Também nesse sentido de ter começado a trabalhar no empreendimento da família, EmpEnt(7) contou que trabalhou por trinta anos com o pai. Conta que crescer vendo o pai empreender foi uma grande motivação pra ela. Quando criança, ela e o irmão iam ao escritório ficar com pai na parte da tarde, depois da escola o que ele achava muito divertido – brincar de ser contadora. Depois disso a ideia amadureceu com a idade e foi o que levou ela a escolha da profissão e futuramente ao primeiro passo, de abrir o seu próprio escritório de contabilidade.

A história familiar de EmpEnt(9) envolve o pai ter ido servir como combatente do exército na segunda guerra mundial. Quando ele voltou, encontrou no Brasil várias lojas de ruas, o que gerou nele a vontade de ter a sua. Ao começar o negócio em pouco tempo fez sucesso e teve um bom retorno financeiro. EmpEnt(9) explica que o pai nunca conversou para estimular ele diretamente a ter seu próprio empreendimento, todavia, ver o pai empreendendo foi o maior estímulo que ele poderia ter. Já EmpEnt(12) conta que desde os quatorze anos ele viu o pai atuando no ramo de varejo. Logo em seguida ele se interessou pela atuação do pai e passou a ajudar o pai, que foi dando cada vez mais responsabilidades a ele, chegando a levar ele nas viagens de busca por mercadorias. Dessa forma, o pai ensinou o ofício que ele futuramente escolheu também para si.

EmpEnt(1), EmpEnt(6) e EmpEnt(8) também apontam certa influência familiar, mas de formas diferentes. Tanto EmpEnt(6) como EmpEnt(8) contam que tiveram empreendedores na família, mas que isso não foi determinante em sua escolha por empreender. EmpEnt(8) explica que ver os tios empreendendo não foi um espelho. Para ele,

partiu muito mais da vontade pessoal. Já EmpEnt(6) mesmo tendo os pais empreendedores, não foi isso que o fez tomar a decisão, uma vez que os pais queriam que ele prestasse concurso público. Já EmpEnt(1) explica que tanto a mãe como pai eram servidores concursados. Dessa forma a criação dela foi nesse sentido: o de buscar um concurso também. Todavia, ao fim da graduação, ela resolveu empreender. Quando contou aos pais a decisão, eles a incentivaram, o que deu a direcionou para a iniciativa em abrir o escritório.

**Lugar de nascimento e/ou criação e aspectos de mobilidade:** oito dos entrevistados afirmaram categoricamente que o local onde nasceram ou foram criados não teve interferências nas suas escolhas por empreender.

EmpEnt(2) explica que saiu de sua cidade natal porque não tinha oportunidades de crescimento. Nas palavras dela: “Eu não fiquei lá porque não comportava os meus sonhos.”. EmpEnt(6), EmpEnt(10), e EmpEnt(11) falaram que não tem a ver com esse local, uma vez que as cidades onde nasceram/foram criados seria de barreiras a ideia de empreender. EmpEnt(6) explica que os moradores de sua cidade não valorizam as coisas novas, preferindo as tradicionais. EmpEnt(11) reclama de seu ambiente ser, nas suas palavras, “uma cidade muito complicada para quem quer empreender, tanto por questões legais como por questões culturais.” EmpEnt(10) coloca que, ainda que em momentos mais atuais a cidade esteja se abrindo a empreender e gerar inovações ainda é um ambiente, nas suas palavras, “tóxico, uma vez que não abre portas para o empreender”.

No entanto, EmpEnt(4), EmpEnt(9), e EmpEnt(12) entendem que a cultura local de seus nascimentos e/ou criações influenciaram em sua decisão por empreender. Para EmpEnt(4), se não fosse a estrutura de instrução formal que recebeu em sua cidade, a saber: escola técnica, universidade federal e programas de ensino empreendedor do Serviço nacional de aprendizagem industrial (SENAI), de sua cidade ele não teria tomado a iniciativa. EmpEnt(12) explica que seu pai nasceu no Uruguai e que, somente quando veio para o Brasil, na cidade de Pelotas/RS viu um ambiente autossustentável onde as pessoas viviam do comércio. Isso foi determinante para a escolha do pai e futuramente para a sua, por ter seguido os passos do pai. EmpEnt(9) explica que nasceu em um grande centro social onde o ambiente acelera as ideias por empreender, porque se vê informações o tempo todo e novas

oportunidades de negócio. Por fim, EmpEnt(8) acrescenta que a falta de trabalho na região e por consequência a falta de dinheiro o direcionou a empreender.

**Educação:** aspectos de educação formal (anos iniciais, ensino fundamental, ensino médio, ensino técnico, ensino superior e pós-graduação) ou mesmo informal (cursos complementares), também apareceram na fala dos entrevistados. De todos os doze empreendedores entrevistados, apenas três foram categóricos em afirmar que aspectos de educação formal não tiveram influências em sua decisão por empreender.

EmpEnt(1) explica que na cidade em que ela estudou tem duas grandes faculdades de direito, uma particular e outra pública e federal. Para ela, ter estudado na faculdade particular foi um diferencial, uma vez que nesta há uma visão mais de mercado e menos de pesquisa. O perfil da faculdade é um ambiente mais empresarial. Para ela, essa análise se dá em função de colegas também bacharéis em direito que trabalham com ela, mas tem uma visão mais de procedimentos de pesquisa científica, do que a visão realmente do mercado. Nesse mesmo sentido, EmpEnt(12) contou que fez um curso de marketing e vendas na década de 1990, com uma carga horária de 1600h que deu a ele um empurrão na decisão de empreender. Para ele, ver marketing naquele momento da vida trouxe varias ideias de vendas, que seria a escolha futura em trabalhar no varejo juntamente com o pai.

Já a interferência da educação para EmpEnt(11) torna-se ainda mais evidente, uma vez que quando ela cursava tecnologia em gastronomia, na disciplina de empreendedorismo eles precisaram abrir ficticiamente uma empresa do ramo de alimentação, levando ela e os colegas abriram uma empresa de brigadeiro. A ideia amadureceu e depois da graduação dela saiu do papel, sendo hoje a sua empresa. Ter feito o plano de negócios permitiu a consideração de que a ideia era viável e isso foi determinante.

EmpEnt(4) explica que fez o EMPRETEC<sup>4,5</sup> e isso gerou nele a ideia de ter seu próprio negocio. Já no curso técnico em contabilidade ele aprendeu o procedimento

---

<sup>4</sup> O Empretec foi introduzido pela primeira vez na Argentina em 1988, atualmente, está presente em 32 países e a sigla quer dizer Empreendedores e Tecnologia. O EMPRETEC é uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) e tem como objetivo desenvolver comportamentos do empreendedor (ALCHIERE et al., 2016).

<sup>5</sup> O Empretec é uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que busca desenvolver características de comportamento empreendedor e identificar novas oportunidades de negócios. Atualmente, é promovido em cerca de 40 países. São 60 horas de capacitação em seis dias de imersão em que o participante é

operacional contábil e na graduação as teorias, modelos e mais um pouco de técnica, todavia, não ensinou o que ele chamou de “o campo de batalha da vida real”. Isso, segundo ele, foi buscado pela influência do EMPRETEC em cursos do Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE). Ele explica que o SEBRAE oferece vários cursos rápidos voltados a aspectos gerenciais e que o motivaram em aspectos de gestão.

Nesse mesmo sentido, EmpEnt(10) coloca que participou no ano de 2017 do STARTUPLAB<sup>6</sup>. Como ele já tinha essa vontade de empreender, participar do evento foi o que fez com que a ideia se consolidasse. Ainda comenta que o fato de estar cursando bacharelado em economia possibilitou, através de contatos com colegas de curso, a entrada dele em uma Empresa Junior<sup>7</sup> da Universidade Federal do Rio Grande (FURG).

A história de EmpEnt(7) relaciona educação e *networking*. Uma vez que foi no curso de ciências contábeis que ela conheceu a colega que futuramente veio a tornar-se amiga e também sócia. Nas palavras dela, “Eu não tinha nada de empreendedora, o que aconteceu foi que nunca perdi o contato com ela. Eu não teria aberto o escritório sozinha. Foi o dedo de Deus que me fez manter essa amizade. Conversando com ela anos depois, informalmente sobre a vontade de abrir o escritório ela topou abrir comigo e fizemos isso juntas. Foi na hora em que Deus disse sim.”

EmpEnt(2), EmpEnt(6) e EmpEnt(9) contam que a graduação aconteceu depois de suas empresas estarem abertas, como uma iniciativa de adquirir mais ferramental na área de

---

desafiado em atividades práticas, cientificamente fundamentadas que apontam como um empreendedor de sucesso age, tendo como base 10 características comportamentais. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortaleca-suas-habilidades-como-empreendedor.db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 26 jan. 2020.

<sup>6</sup> STARTUPLAB: não foi possível encontrar uma definição ou mesmo uma transcrição literal para a sigla. Nesse sentido, por versão do autor, ficaria algo como laboratório de *startups*. Para maiores detalhes do evento citado pelo entrevistado, cita-se aqui a descrição do evento, de 2017, encontrado na página do evento no *Facebook*:

Mergulhe nessa experiência para geração de novas ideias de negócios na área do agronegócio, em um fim de semana de desafios e exercícios práticos. Além de estimular a cultura empreendedora, a capacitação busca auxiliar os participantes na transformação de projetos em negócios que resolvam problemas reais no mercado.

Etapa 1: Palestra de abertura e formação dos times

Etapa 2: Capacitação para desenvolvimento de negócios

Etapa 3: Banca final para apresentação dos projetos desenvolvidos

Disponível em: <https://web.facebook.com/events/311911719217311/>. Acesso em 26 jan. 2020.

<sup>7</sup> Empresa júnior é uma associação civil sem fins lucrativos e com fins educacionais formada exclusivamente por alunos do ensino superior ou técnico, regulamentada no Brasil através da Lei 13.267/2016.

Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Ato2015-2018/2016/Lei/L13267.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2015-2018/2016/Lei/L13267.htm). Acesso em 26 jan. 2020.

sua atuação. EmpEnt(2) explica que não foi a educação que a estimulou, mas que, nas palavras dela “Foi o caminho contrário. Eu queria trabalhar com gestão e por isso procurei a formação em administração”. EmpEnt(6) conta que procurou a graduação em tecnologias para internet depois que o software criado por ele já estava em funcionamento. Os conhecimentos em programação possibilitaram melhorias, mas não foram determinantes na escolha. Por fim, EmpEnt(9) explica que quando procurou a formação em tecnologia em processos gerenciais já tinha aberto uma empresa no passado, e estava trabalhando no polo naval da cidade de Rio Grande/RS, quando este passou por turbulências e gerou demissões, ele foi procurar novamente a ideia inicial de empreender. Nesse momento que veio a decisão por empreender.

**Aspectos de mobilidade:** dos entrevistados, apenas EmpEnt(2), EmpEnt(6) e EmpEnt(9) se mudaram de suas cidades natais. EmpEnt(2) explica que ter se mudado não influenciou na decisão dela em empreender, mas pode, nas palavras dela, “(...) ter dado um empurrão a mais, uma vez que vi outras realidades onde parecia mais comum e dar certo empreender (...)”. Na fala de EmpEnt(6) nesse momento da entrevista é possível perceber aspectos de mobilidade integrados a aspectos familiares, uma vez que a decisão de empreender veio juntamente com a decisão de voltar a morar na cidade natal para estar perto da família. Por fim, EmpEnt(9) coloca que, como é natural de outro estado do Brasil, quando aconteceram as demissões em massa do polo naval de Rio Grande/RS a decisão era ou voltar para o Rio de Janeiro com a família ou começar o negócio para permanecer na cidade, levando ele a decidir pela segunda opção.

**Aspectos de gênero:** importante destacar que, dos doze entrevistados, apenas quatro eram do gênero feminino. Nesse sentido, EmpEnt(2) e EmpEnt(7) disseram não ter interferência nenhuma a questão de ser mulher. Já EmpEnt(1) explica que, na sua visão não foi mais fácil começar a empreender no ramo de advocacia por ser mulher. Para ela, os clientes não querem ser atendidos por mulheres – gerando até certa falta de respeito. Mas essa provocação funcionou como um impulso para ela, que procurou insistir na ideia a despeito dessas questões. Por fim, EmpEnt(11) é enfática em dizer que empreendeu por ser mulher, uma vez que tinha filhos e os filhos exigiam tempo e um trabalho flexível da parte dela, o que foi conseguindo com ela como sua própria chefe.



**Atividades profissionais anteriores:** dos 12 entrevistados, todos foram enfáticos em reconhecer a influência de atividades profissionais anteriores, mesmo que de forma indireta.

EmpEnt(1) conta que começou sua experiência profissional no escritório de um colega, onde ela era responsável por apenas uma área dentro da empresa. Com o tempo, ela foi ganhando autonomia e passou a gerenciar outros aspectos da empresa. Todavia, como a remuneração não era boa o suficiente, ela se sentiu desvalorizada porque prestava um bom trabalho, mas não tinha o reconhecimento desejado. Dessa forma, surgiu a oportunidade de abrir o seu próprio escritório junto com outro colega. Nesse sentido, essa experiência anterior foi decisiva, pois a fez perceber que era capaz de ter seu próprio escritório.

EmpEnt(2) explica que sem dúvida a experiência anterior a ajudou, uma vez que ela trabalhava na segunda maior empresa da cidade que era o hospital municipal, todavia, as oportunidades de crescimento ali eram limitadas. Nesse sentido, ela percebeu que para crescer precisaria criar um espaço que não existia, além disso, as pessoas que trabalhavam com ela acreditaram nela e na ideia de o negócio dela dar certo. Nesse mesmo sentido, EmpEnt(3) entende que trabalhar em uma escola anteriormente a abertura da sua própria escola foi um catalisador. Para ele, “(...) eu gostava era de trabalhar, mas na escola anterior eles não podiam mais aumentar a minha carga horária, então a solução era abrir a minha própria escola (...)”.

EmpEnt(4) conta que quando começou a trabalhar foi em um escritório de contabilidade de um amigo. Só que as atividades que ele fazia ali eram limitadas, uma vez que para desenvolver outras precisaria ter a formação na área. Nesse interlúdio, ele procurou a formação e a empresa do amigo quebrou. Foi decisivo para ele, uma vez que ele tinha a competência e a formação. Nas palavras dele: “(...) foi a hora que eu sai do treinamento e fui pro combate.”.

Já EmpEnt(5) ficou trabalhando em uma empresa do mesmo ramo por um tempo aproximado de um ano. Mas ele não concordava com as formas de gestão que se executava ali. Para ele, era importante fazer diferente, mas para isso, teria que ter a sua própria empresa. Hoje, já empreendedor do mesmo ramo, ele diz ter um sistema bem diferente de gestão da empresa. Nesse mesmo sentido, EmpEnt(10) conta que na empresa em que trabalhava anteriormente enxergava diversas falhas no atendimento ao mercado. O que o fez abrir a sua

atual empresa, de consultoria empresarial. Nas palavras dele, “(...) era preciso capacitar as pessoas que trabalham nesse ramo para melhor atender esse mercado.”. EmpEnt(11) explica que ter trabalhado no mesmo ramo antes foi necessário para que ela abrisse a sua empresa depois. Hoje, com o público alvo mais delimitado, atendendo especificamente as questões de confeitaria.

EmpEnt(8) explica que a coragem de abrir sua empresa veio de ter trabalhado em duas empresas anteriores do mesmo ramo, mas de cidades diferentes. Da primeira empresa em Charqueadas/RS, quando ele foi para essa segunda empresa em Rio Grande/RS, ele passou a mudar o caminho até então desenvolvido por essa segunda empresa. Todavia, precisou mudar-se da cidade de Rio Grande/RS para a cidade de Santana do Livramento/RS e nesta tomou a coragem de abrir a sua própria empresa no mesmo ramo e implementar as técnicas de gestão percebidas na primeira empresa trabalhada. Da mesma forma EmpEnt(7) conta que foi ela quem passou por todos os passos do negócio anterior, aprendendo tudo de forma holística e isso foi o que definiu nela que poderia sim gerenciar toda a empresa.

EmpEnt(6), EmpEnt(9) e EmpEnt(11) tiveram a influência da empresa anterior indiretamente. De um sentido negativo como propulsor. EmpEnt(9) conta que a mesma trabalhando como funcionário no polo naval, a vontade de ter sua empresa foi latente desde tempos anteriores quando trabalhou com o pai. Todavia, enquanto estava bem posicionado no mercado naval, deixou essa vontade para depois. Quando aconteceu o problema de demissões desse mercado, já não tinha mais espaços para ele atuar com a engenharia, ainda mais sem a formação na área. O desejo de não precisar passar por esse tipo de insegurança de desemprego novamente também foi algo direcionador no sentido de empreender. E EmpEnt(12) conta que na época em que resolveu empreender havia sido aprovado em um longo processo seletivo para trabalhar em uma instituição bancária. Ele chegou a trabalhar lá por uma semana, mas não se identificou com o posto, pois poderia ganhar mais dinheiro trabalhando direto na rua, vendendo como o seu pai. Dessa forma, tomou a sua decisão. Por fim, EmpEnt(6) explica que a área em que trabalhava antes era bem diferente do que a área atual, de programação. Ele quis sair disso e não ficar trabalhando para ninguém além dele. Nesse sentido, a solução era empreender.

**Aspectos de fé e religião:** por fim, foram feitas três perguntas aos entrevistados: você tem alguma fé e/ou religião; qual; e se de alguma forma esse aspectos interferiram na decisão por empreender. Nove entre os doze afirmaram professar alguma religião. Todavia, destes apenas três afirmaram perceber a interferência desta em suas decisões.

EmpEnt(2) explica que a sua fé a fez querer tornar do mundo um lugar melhor para o próximo. Por querer fazer algo pela sociedade, empreender foi uma opção no sentido de criar empregos e, atualmente no mercado em que atua, de tecnologia em processos produtivos mais limpos, gerir esse cuidado com o meio ambiente. EmpEnt(1) explica que quando pensou em empreender foi conversar com sua liderança espiritual, que a estimulou, dizendo que ela era capaz e que era o momento certo para iniciar. Para ela, foi decisivo esse amparo de fé.

Por fim, EmpEnt(7) explica que empreender, em suas palavras, “(...) foi o dedo de Deus, porque nós nos encontramos conversamos informalmente e na hora certa decidimos. (...) foi a hora em que Deus decidiu. (...) foi Deus que fez acontecer.”.

## **7 BACKGROUND DO EMPREENDEDOR: A PROPOSTA DE UM MODELO**

Conforme já citado neste trabalho, o empreendedor é um inovador e a inovação traz desenvolvimento econômico por meio de uma combinação diferenciada de recursos já existentes (SCHUMPETER, 1934). Baseado nestas ideias, despertou no autor deste trabalho a curiosidade quem é este empreendedor, o que compõe sua história de vida e que características se demarcam nas histórias dos empreendedores.

Foi assim que o problema de pesquisa foi desenhado em “Quais os fatores que compõem o *background* de um empreendedor?”. Assim, desenvolveu-se por objetivo geral o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores, através da investigação de quais fatores aparecem como constituidores de *background*; a proposição de um modelo de *background* dos empreendedores e o teste deste modelo de forma empírica.

A presente pesquisa foi desenvolvida em quatro etapas. A primeira etapa foi uma pesquisa exploratória e bibliográfica, diagnóstica, quantitativa e qualitativa, através da análise bibliométrica e análise de conteúdo categorial. Os achados dessa etapa deram a base inicial ao pesquisador a fim de elencar o que na literatura mundial vem sendo desenvolvido acerca de *background* pessoal e características do empreendedor.

Baseado nessa literatura, a saber: nos trabalhos de Achleitner et al. (2007); Alonso-Almeida et al. (2015); Bernardi (2012); Bessant (2015); Boca (2014); Dantas (2008); Diochon et al. (2005); Hadzic e Dinç (2016); de Harlez, e Malagueño (2016); Kinias (2013); Lee et al. (2004); Lilienfeld et al. (2013); de Logen (1997); Nanus (1992); Popelka et al. (1992); Robbins (2002); Tajra (2009); Timmons (2011); Wang et al. (2012); Weng (2013); Westley (1991); e Yang et al. (2008), foi possível uma construção prévia de características que compõem o *background* pessoal. Na sequência foram realizadas duas coletas de dados a fim de construir conceitualmente o modelo, a saber: (i) entrevistas em profundidade com especialistas em assuntos de empreendedorismo; (ii) grupo focal com empreendedores de diversas formações, idades e ramos de negócios.

Nessa segunda etapa da pesquisa, e primeira etapa de coleta de dados empírica, de entrevistas em profundidade com especialistas em assuntos de empreendedorismo foi realizada uma pesquisa diagnóstico, exploratória, e qualitativa por meio de um roteiro de

entrevista semiestruturada com nove perguntas abertas a fim de guiar o pesquisador durante as entrevistas com especialistas ligados à área de empreendedorismo de universidades federais, agentes consultores de empreendedores e professores com estudos voltados ao empreendedorismo, publicados em periódicos com *qualis* de grande alcance. As entrevistas em profundidade com especialistas aconteceram entre os dias 02 de maio de 2019 a 03 de junho de 2019 e cada uma das entrevistas teve duração aproximada de uma hora. Os dados foram gravados (com permissão dos entrevistados), transcritos e posteriormente analisados à luz dos construtos propostos nessa pesquisa. Foram entrevistados oito especialistas, destes dois pós-doutores, três doutores e três mestres.

Para os especialistas, dentre os aspectos familiares que influencia na constituição do *background* do empreendedor, podem destacar-se características como: ter um ambiente empreendedor em sua família de criação, conviver com parentes empreendedores (empreendedores na família), famílias que estimulam a empreender ou desestimulam e só aceitam algum tempo depois, por medo do risco, criação voltada a lidar com riscos, serem mais audazes e independentes, conselhos dos pais em empreender ou mesmo procurar empregos mais formais, como concursos públicos, a família como um *networking* de empreendedorismo e também aspectos de criação como superproteção.

Quanto ao lugar de nascimento e/ou criação, para os especialistas são determinantes aspectos como: ver pessoas bem sucedidas ao redor; formatos de trabalho da região; a cultura regional; referências de empreendedores nesse ambiente; aspectos de desemprego; aspectos de políticas públicas e governamentais como barreiras e/ou facilitadores ao empreender; a cultura da região em aceitar ou não os novos modelos de negócios, dificuldades de acesso a equipamentos e outras coisas necessárias a empreender, a estrutura econômica do ambiente, a velocidade com que as empresas se desenvolvem nesse ambiente, a mídia e outros aspectos influenciadores da região pregar de forma positiva ou negativa o empreendedorismo e os *networkings* locais.

Já com relação a aspectos de educação formal, para os especialistas, fatos como: visões marxistas nas universidades, universidades com uma visão positiva voltada ao empreendedorismo, o ensino extensivo de técnicas e ferramentas antigas nas aulas, o ensino de novas e mais leves ferramentas e técnicas para projetar negócios, a base da educação (como os níveis de alfabetização e compreensão matemática), projetos de educação empreendedora, incubadoras nas universidades, ensino de empreendedorismo de formas mais

práticas e menos teóricas, eventos de estímulo ao empreendedorismo nas universidades, a disseminação do empreendedorismo como opção ao emprego já nas séries iniciais, estilos de dar aulas dos professores (se mais formais ou mais voltados à inovação), estágios desenvolvidos dentro do ambiente estudantil.

Sobre aspectos sociodemográficos, os especialistas falaram em aspectos como: idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, e mobilidade.

Com relação a tradições filosóficas, valores culturais, e religiosos, os especialistas identificam que a visão de ganho material da religião, o *networking* dentro das igrejas, o aconselhamento das lideranças, as visões fatalistas de algumas religiões, a visão de ganho de capital para ajudar outros, e os tipos de religião (evangélicos estimulam positivamente, católicos negativamente) - podem estar relacionados no *background* dos empreendedores.

Por fim, quanto ao tipo de atividade das empresas anteriores, as experiências de trabalho anteriores (o tempo e atividades desenvolvidas), a posição em que essas pessoas ocupavam nestes trabalhos - se influenciam ou não no *background*, os especialistas entendem que: levam os futuros empreendedores a conhecer o setor, perceber se a vida dentro da empresa o satisfaz ou não, gera *know-how*, deixa uma bagagem de gestão em suas experiências, níveis dos cargos, fatores de aposentadoria e *networking*.

Na terceira etapa deste trabalho desenvolveu-se uma pesquisa exploratória, qualitativa, e descritiva, através da aplicação de um grupo focal no dia 16 de setembro de 2019, com oito empreendedores, sendo que este teve duração aproximada de três horas de conversa dirigida. Foi posteriormente transcrita e seu conteúdo analisado. Destes oito empreendedores, várias áreas de formação, como negócios, engenharias, sistema de informação e saúde. Começaram a empreender em momentos diferentes, tendo por pontos de partida dos oito anos de idade aos vinte e quatro anos de idade, estando com idades atuais entre vinte e sessenta anos. Atuando em ramos diferentes de negócios, como: educação, marketing, varejo, atendimento ao cliente, saúde, alimentação e entretenimento. Variando também a questão de ser ou não o seu primeiro empreendimento o atual.

Nessa primeira fase confirmatória, do grupo focal, os empreendedores percebem como fator determinante aspectos familiares. Para eles, aspectos como parceria com a família, a coragem de outro membro da família em começar o negócio, o estímulo dos pais e familiares

na ideia de empreender, ter empreendedor na família, crescer vendo alguém próximo da família empreender - tiveram impacto em suas escolhas por empreender.

Já em relação a aspectos de local de nascimento e/ou criação, o que apareceu no grupo focal foi o índice de desemprego da região, impactar na decisão por empreender.

Sobre aspectos de educação formal, aparece na fala dos empreendedores aspectos como as incubadoras das universidades, o aspecto de as faculdades serem muito teóricas e pouco práticas não darem o apoio necessário, o networking dentro da universidade, atender clientes de mesma formação em seus negócios, e cursos feitos em instituições de apoio como o SEBRAE.

Ao serem questionados sobre aspectos sociodemográficos, os empreendedores falaram apenas sobre questões de mobilidade.

Na fala dos empreendedores em questões de atividades profissionais anteriores, eles destacaram a importância de estar um tempo atuando no mesmo ramo em que futuramente abriram seus negócios.

Por fim, os empreendedores falaram sobre aspectos de fé serem importantes em relação a momentos difíceis e equilíbrio emocional.

Baseado nestas três primeiras etapas de pesquisa foi possível o desenvolvimento do modelo conceitual dessa pesquisa, como sendo O *background* do empreendedor vir a ser constituído por: (a) Aspectos familiares: estrutura familiar; maneira como a pessoa foi criada; o fato de ter um empreendedor na família; e estímulos ou desestímulos a empreender. (b) Lugar de nascimento e/ou criação: a cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo; oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego); e aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo. (c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em: educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio; ensino técnico; ensino superior; pós-graduação *lato* e *stricto sensu*; e programas de educação empreendedora. (d) Aspectos sociodemográficos: mobilidade; e gênero; (e) Aspectos de atividade profissional: ter trabalhado antes de empreender; a experiência com alguma atividade, gerando *know-how*; e experiência negativa com chefes anteriores. (f) Aspectos de fé e/ou religião: professar uma religião; e crer na direção e ajuda divina para empreender.

Após a definição do modelo conceitual, buscou-se testá-lo empiricamente através da quarta etapa – confirmatória, a saber: entrevistas em profundidade com empreendedores de diversas formações, idades e ramos de negócios.

Na quarta e última etapa desta pesquisa – etapa confirmatória foi desenvolvida uma pesquisa-diagnóstico, exploratória, e qualitativa por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado com sete perguntas abertas, na busca confirmatória pelas características elencadas no modelo teórico. Essas entrevistas em profundidade aconteceram com doze empreendedores de diversas idades, modelos de negócios e cidades. Estas aconteceram entre os dias 04 de dezembro de 2019 a 14 de dezembro de 2019 e cada uma das entrevistas teve duração aproximada trinta minutos. Os dados foram gravados (com permissão dos entrevistados), transcritos e posteriormente analisados à luz dos construtos propostos nessa pesquisa. Dentre os doze entrevistados, elencaram-se diferentes formações, como ensino médio completo, e formações superiores em direito, negócios, engenharia, licenciatura, informática e alimentação. Dentre estes, começaram a empreender com idades entre quatorze e quarenta e seis anos, estando hoje com idades entre vinte e dois e quarenta e oito anos. Os ramos de negócios variados entre: advocacia, gestão, educacional, contabilidade, gestão de pessoas, sistemas de informação, gráfica, entretenimento, assessoria comercial, alimentação e varejo. Também diversificados entre ser o empreendimento atual o primeiro ou não.

Primeiramente, quanto a aspectos familiares, os empreendedores mencionaram questões como o incentivo dos pais, ter empreendedores na família, a criação voltada a assunção de riscos, cultura familiar favorável ao empreendedorismo, ter pessoas na família que gerassem coragem neles - como sociedade, ter trabalhado com os pais, ser criança e brincar nas empresas dos pais, aprender o ofício dos pais.

Em segundo momento, quanto ao lugar onde nasceram ou foram criados, aparecem nas falas dos empreendedores aspectos de: networking, estrutura de educação fornecida pela cidade natal, falta de trabalho (desemprego) na região, a cultura da cidade em aceitar o novo, e o ambiente de empreendedorismo.

Sobre aspectos de escolaridade e assuntos educacionais, na fala dos empreendedores sobressaem-se: as diferenças entre ensino nas universidades privadas e públicas, projetos de educação empreendedora, a busca pela graduação como um apoio a atividade já escolhida, o



estudo específico da disciplina de empreendedorismo, o curso escolhido como um aporte de técnicas para decisão de empreender.

Já quando questionados sobre aspectos sociodemográficos, aparecem questões de gênero e de mobilidade.

Na sequência, sobre atividades profissionais anteriores a abertura da empresa, os entrevistados mencionam: a experiência anterior dando coragem para testar sua autonomia, o networking, a limitação da falta de crescimento dentro da empresa como impulsionador, e o desejo de fazer as coisas de maneira diferente.

Por fim, em aspectos sobre fé e/ou religião, os empreendedores falaram sobre: o estímulo da liderança espiritual, desejos espirituais de tornar o mundo um lugar melhor, a fé de que Deus encaminhou a decisão e o *timing* da abertura da empresa.

Na sequência, apresenta-se o quadro 16, onde as características do modelo conceitual aparecem ou não na fase empírica confirmatória.

**Quadro 16:** Confirmação dos construtos do modelo conceitual

<i>Construtos do modelo conceitual</i>	<i>Desdobramentos do construto</i>	<i>Especialistas</i>	<i>Grupo focal</i>	<i>Entrevistas individuais</i>
<b>a) Aspectos familiares:</b>	i) A estrutura familiar	Esp(5).	EmpGF(3); e EmpGF(8).	EmpEnt(2).
	ii) A maneira como a pessoa foi criada	Esp(4); Esp(5); Esp(6); e Esp(8).	EmpGF(8).	EmpEnt(2); EmpEnt(4); EmpEnt(7); EmpEnt(9); e EmpEnt(11).
	iii) O fato de ter um empreendedor na família	Esp(1); Esp(3); Esp(6); Esp (7); e Esp(8).	EmpGF(1); EmpGF(2); EmpGF(3); EmpGF(4); e EmpGF(6); EmpGF(7); e EmpGF(8).	EmpEnt(2); EmpEnt(4); EmpEnt(5); EmpEnt(6); EmpEnt(7); EmpEnt(8); EmpEnt(9); EmpEnt(11); e EmpEnt(12).
	iv) Estímulos ou desestímulos a empreender	Esp(3).	EmpGF(1); EmpGF(5); e EmpGF(7).	EmpEnt(1); EmpEnt(7); EmpEnt(10); e EmpEnt(12).
<b>b) Lugar de nascimento e/ou criação:</b>	i) A cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo	Esp(1); Esp(3); Esp(4); Esp(5); e Esp(6).		EmpEnt(9); e EmpEnt(12).

	ii) Oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego)	Esp(1); Esp(5); e Esp(6).	EmpGF(1).	EmpEnt(8).
	iii) Aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo	Esp(3); e Esp(7).		EmpEnt(12).
<b>c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em:</b>	i) Educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio	Esp(3); Esp(5); e Esp(6).		
	ii) Ensino técnico	Esp(5).		EmpEnt(12).
	iii) Ensino superior	Esp(1); Esp(3); Esp(4); Esp(5); Esp(6); Esp(7); e Esp(8).	EmpGF(2); EmpGF(4); EmpGF(5); EmpGF(7); e EmpGF(8).	EmpEnt(1); EmpEnt(7); e EmpEnt(11).
	iv) Pós-graduação <i>lato e stricto sensu</i>	Esp(5).		
	v) Programas de educação empreendedora	Esp(4); e Esp(5).	EmpGF(7).	EmpEnt(4); e EmpEnt(10).
<b>d) Aspectos sociodemográficos:</b>	i) Mobilidade	Esp(3); Esp(5); e Esp(8).	EmpGF(5); e EmpGF(6).	EmpEnt(6); e EmpEnt(9).
	ii) Gênero	Esp(3); e Esp(8).		EmpEnt(1); e EmpEnt(11).
<b>e) Aspectos de atividade profissional:</b>	i) Ter trabalhado antes de empreender	Esp(3); Esp(4); e Esp(5).	EmpGF(6); e EmpGF(8).	EmpEnt(1); EmpEnt(2); EmpEnt(3); EmpEnt(4); EmpEnt(5); EmpEnt(7); EmpEnt(8); EmpEnt(10); e EmpEnt(11).
	ii) A experiência com alguma atividade, gerando <i>know-how</i>	Esp(3); e Esp(7).	EmpGF(6); e EmpGF(8).	EmpEnt(1); EmpEnt(3); EmpEnt(4); EmpEnt(5); EmpEnt(7); EmpEnt(8); EmpEnt(10); e EmpEnt(11).
	iii) Experiência negativa com chefes anteriores	Esp(6).		
<b>f) Aspectos de fé e/ou religião:</b>	i) Professar uma religião	Esp(1); Esp(3); Esp(4); Esp(5); Esp(6); Esp(7); e Esp(8).	EmpGF(4); e EmpGF(8).	EmpEnt(1); EmpEnt(2); e EmpEnt(7).
	ii) Crer na direção e ajuda divina para empreender	Esp(1); Esp(6); Esp(7); e Esp(8).		EmpEnt(2); e EmpEnt(7).

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Dessa forma, destaca-se que todos os construtos do modelo conceitual aparecem confirmados nas falas dos empreendedores entrevistados, sejam eles no grupo focal ou de forma individual, são estes: (a) Aspectos familiares; (b) Lugar de nascimento e/ou criação; (c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em; (d) Aspectos sociodemográficos; (e) Aspectos de atividade profissional; e (f) Aspectos de fé e/ou religião.

Destes, alguns desdobramentos não encontraram na fase empírica amparo, o que não podem ser afirmados como componentes do *background* dos empreendedores, ainda que apontados na literatura e mesmo pelos especialistas no assunto, são estes: (c.i) Educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio; (c.iv) Pós-graduação *lato e stricto sensu*; (e.iii) Experiência negativa com chefes anteriores.

O modelo conceitual passou então por uma fase de adaptação, sem as características que não foram encontradas na fase confirmatória, para então criar-se o modelo proposto por este trabalho. A fim de apresentar com melhores detalhes a construção do modelo, apresenta-se a seguir no quadro 17 e figura 3 este modelo em fase intermediária.

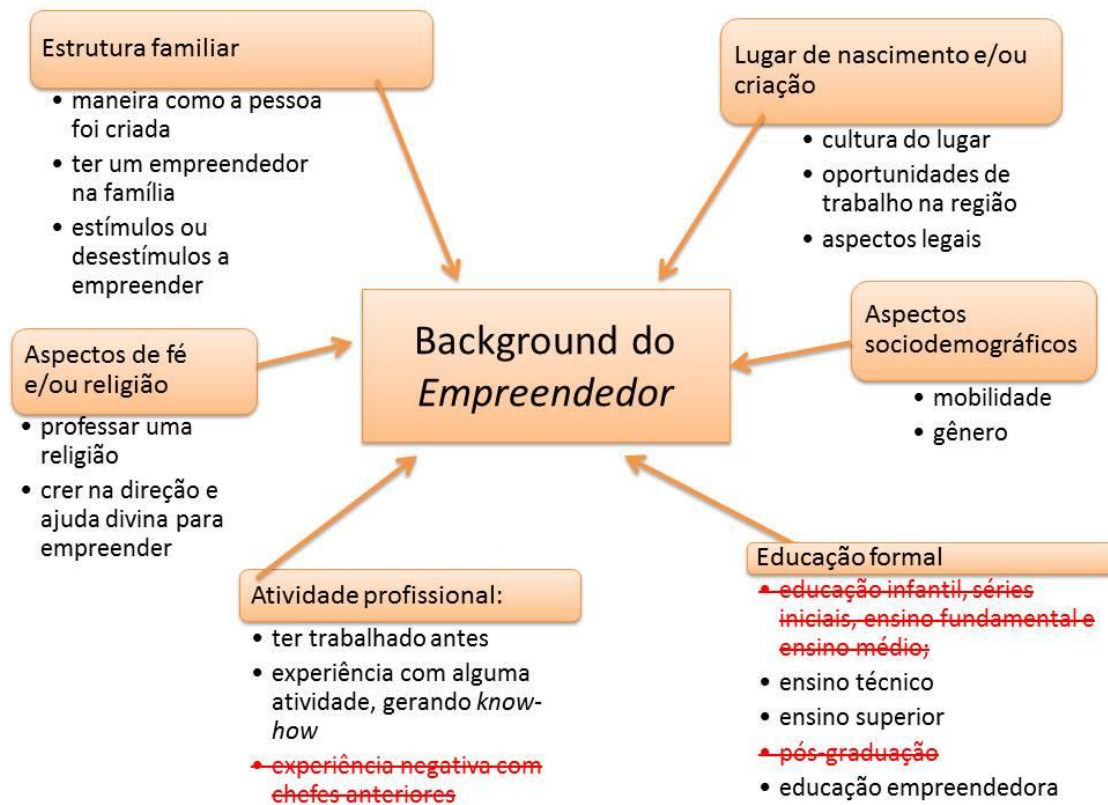
**Quadro 17:** Modelo conceitual de *Background* do Empreendedor - ajustado

Aspectos	Desdobramentos
a) Aspectos familiares	i) A estrutura familiar; ii) A maneira como a pessoa foi criada; iii) O fato de ter um empreendedor na família; e iv) Estímulos ou desestímulos a empreender.
b) Lugar de nascimento e/ou criação	i) A cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo; ii) Oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego); e iii) Aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo.
c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em:	<del>i) Educação infantil, séries iniciais, ensino fundamental e ensino médio;</del> ii) Ensino técnico; iii) Ensino superior; <del>iv) Pós-graduação lato e stricto sensu;</del> e v) Programas de educação empreendedora.
d) Aspectos sociodemográficos	i) Mobilidade; e ii) Gênero;
e) Aspectos de atividade profissional	i) Ter trabalhado antes de empreender; ii) A experiência com alguma atividade, gerando know-how; e <del>iii) Experiência negativa com chefes anteriores.</del>
f) Aspectos de fé e/ou religião	i) Professar uma religião; e ii) Crer na direção e ajuda divina para empreender.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

A seguir, as características propostas em formato de figura, a saber: a figura 3.

**Figura 3:** Modelo conceitual de *Background* do Empreendedor - ajustado



Fonte: dados da pesquisa (2020).

A partir dessa fase confirmatória, foi-se possível o atingimento do objetivo deste trabalho, a saber: a construção de um modelo do *background* dos empreendedores. Já retirados os desdobramentos não encontrados na fase confirmatória, este vem a ser proposto a seguir no quadro 18, e também na figura 4.

**Quadro 18:** Background do *Empreendedor* - A proposição de um modelo

Aspectos	Desdobramentos
a) Aspectos familiares	i) A estrutura familiar; ii) A maneira como a pessoa foi criada; iii) O fato de ter um empreendedor na família; e iv) Estímulos ou desestímulos a empreender.
b) Lugar de nascimento e/ou criação	i) A cultura do lugar – se propensa ou não ao empreendedorismo; ii) Oportunidades de trabalho na região (índices de desemprego); e iii) Aspectos legais como barreiras ou facilitadores ao empreendedorismo.
c) Aspectos de educação formal – o estímulo ao empreender em:	i) Ensino técnico; ii) Ensino superior; iii) Programas de educação empreendedora.
d) Aspectos sociodemográficos	i) Mobilidade; e

	ii) Gênero;
e) Aspectos de atividade profissional	i) Ter trabalhado antes de empreender; e ii) A experiência com alguma atividade, gerando know-how.
f) Aspectos de fé e/ou religião	i) Professar uma religião; e ii) Crer na direção e ajuda divina para empreender.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

A seguir, a proposição do modelo final em figura, a saber: a figura 4.

**Figura 4:** *Background* do Empreendedor - A proposição de um modelo



Fonte: dados da pesquisa (2020).

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar a revisão sistemática de literatura, na busca pelos escritos acerca de *background* pessoal, os achados revelaram-se mais instigantes do que propriamente efetivos em sanar a lacuna de quais características comporiam o *background* do empreendedor. Neste momento apareceram diversas taxonomias, características e modelos a fim de classificar e mostrar onde o empreendedor (já com o seu negócio iniciado) se colocaria. Trouxe ao pesquisador certa insatisfação com a superficialidade com que vem sendo trabalhado este aspecto do empreendedorismo na pesquisa científica. Se, por um lado, aparecem os teóricos que estudam pelo viés da pesquisa em psicologia os aspectos comportamentais e humanos, por outro aparecem os teóricos generalistas e superficiais, defendendo colocar os empreendedores entre os por necessidade e os por oportunidade.

A proposta deste trabalho nunca foi criar uma nova forma de colocar os empreendedores em quadrantes para depois disso, nada ser feito com as informações. Muito pelo contrário, a afeição do desejo era conhecer o empreendedor.

Algumas ideologias nascerem e se firmaram nos últimos séculos, inspirados na ideia de “*homo economicus*”, de Adam Smith<sup>8</sup>. Ainda que, para o autor a afirmação de *homo economicus* não tivesse nenhuma dessa conotação negativa, essa agenda de pesquisa nascida como uma crítica a organização do trabalho no séculos XVIII – como resultado da então recente revolução industrial, apresentam o homem como um ser dotado de uma capacidade racional de tomada de decisões e ganância em ganhar dinheiro. Essas ideias foram crescendo e se desenvolvendo até chegarem a seu ápice na metade do século XIX, onde ideias como a busca financeira por lucro ser o princípio de toda a maldade, e que os empresários seriam então figuras a serem combatidas de frente através do enfrentamento por parte dos funcionários.

Todavia, ainda que o produto dessas ideologias já tenham sido utilizados e testados em modelos políticos de governos que viriam a se apresentar catastróficos na prática, gerando miséria e pobreza generalizada, ainda hoje essas ideias aparecem em voga, mesmo com

---

<sup>8</sup> A ideia de “*homo economicus*”, de Adam Smith é de que o homem é um ser racional e toma decisões racionais, e essas decisões sempre vão ser sempre a melhores. Essa ideia é o que permitiu a administração científica se desenvolver – nos estudos de Frederick Taylor, porque o ser humano naquele momento era visto como simples e previsível – sem variações comportamentais. Remunerando ele adequadamente, treinando e vigiando-o, tudo estaria tudo correto e os empreendedores e/ou gestores das empresas poderiam ganhar muito dinheiro através dessa vendida força de trabalho.

partidos políticos legalizados no Brasil, carregando orgulhosamente em seus nomes símbolos dessa orquestração errônea. Isso porque, historicamente essas teorias já foram demonstradas como insustentáveis economicamente, uma vez que existem estudos que mostram que a riqueza das nações é gerada através do empreendedorismo e das empresas como fonte de geração de renda e empregos (AMORÓS, FERNÁNDEZ e TAPIA, 2012; ANOKHIN e SCHULZE, 2009; GRIES e NAUDÉ, 2011; HUGHES, HUGHES e MORGANI, 2007; KWON e ARENIUS, 2010; SALGADO-BANDA, 2007; e TANG e KOVEOS, 2004).

É bem verdade que esses tipos de empreendedores existem, e que é importante sim que haja regulamentação para impedir alguns avanços negativos, como a desconstrução de um aspecto digno de trabalho, ou mesmo, a destruição ambiental em massa do meio ambiente. Todavia, baseado na presente pesquisa, foi possível perceber que este empreendedor nasce dentro de cada pessoa, podendo partir desde ideais de “mudar o mundo”, ou mesmo garantir vida mais digna para a sua família, seguir os passos dos pais, e até mesmo por acreditar no impulso divino para tal, tornou ao pesquisados a visão do empreendedor humanizada.

O empreendedor difere dos outros por uma ousadia diferente, em tirar do papel o sonho que tantos outros não tiram – seja por medo de riscos, fiascos financeiros ou mesmo a opinião dos outros. Este empreendedor pode ser gerado em cada pessoa dentro de suas estruturas familiares, cidades onde nasceram ou mesmo cresceram, em estradas por meio da mobilidade, dentro de escolas e universidades, nas empresas em que tomarão coragem para sair e até mesmo dentro das casas espirituais onde buscam a Deus – independente da forma.

Conforme apresentado nos resultados, três aspectos que, tanto a literatura mundial nas pesquisas e os especialistas relataram sobre compor o *background* do empreendedor não foram possíveis de serem validados.

Não há indícios de que o *background* também venha a se constituído através de aspectos de: educação infantil e séries iniciais. Parte dos especialistas e de parte do senso comum que alguns programas de educação empreendedora devem vir a ser desenvolvidos nesse sentido, já nesta etapa escolar. Alguns deles desenvolvem diversas atividades lúdicas a fim de estimular-se a criatividade, geração de ideias, organização do pensamento em grupo e trabalho em equipe. Pode ser que esses aspectos não tenham sido encontrados na etapa de validação, uma vez que esses projetos são relativamente novos e, portanto, a “leva” de crianças que estão passando por esses treinamentos ainda não chegaram no mercado de

trabalho. Ou, pode realmente ser que esse tipo de programa não tenha o alcance desejado em transformar as crianças em empreendedoras potenciais já na tenra idade. Nesse sentido, é preciso tomar cuidado para que o projeto não vire apenas “uma grande diversão”, em vez de estimular conceitos que estarão cultivando ideias de empreendedorismo nas crianças.

Outro aspecto do modelo conceitual que não pôde ser validado na pesquisa foi o de que estudos em pós-graduação *lato e stricto sensu* estariam relacionados com decisões sobre empreender. Ainda que existam programas de educação empreendedora abertos aos mais diversificados públicos dentro das universidades federais, não foi possível demonstrar o alcance efetivo destes programas nos empreendedores entrevistados. Válido destacar que muitos dos empreendedores entrevistados colaram seus graus em universidades federais e seguiram suas pós-graduações nas mesmas universidades. Dessa forma, percebe-se que havia a disponibilidade desse programa, mas que estes não alcançaram estes acadêmicos. Uma possível justificativa pode ser a questão da exigência dos níveis de pós-graduação em estimular os acadêmicos a dedicarem-se às suas pesquisas de cunho teórico-científico. Outra consideração a ser feita pode ser a de que os acadêmicos que decidem por dar sequência em seus estudos de pós-graduação no nível *stricto sensu* já tenham planejado suas carreiras em direção a serem pesquisadores e/ou futuros docentes nas universidades. Já com relação aos acadêmicos que tenham cursado pós-graduação em nível *lato sensu*, a saber: especialização ou MBA<sup>9</sup> procurem esses cursos no sentido de crescerem nas carreiras já escolhidas, ou mesmo graduados em outras áreas complementarem sua formação na área dos negócios com os MBAs.

Na sequência, e por fim, o item “experiência negativa com chefes anteriores”, este também não foi confirmado pelos empreendedores. Essa insatisfação como fonte promotora do desejo de empreender encontrada na indicação dos especialistas aparece no modelo conceitual, todavia na fase da confirmação os dados que aparecem permitem uma releitura desse item, uma vez que os empreendedores relatam sentimentos de insatisfação não necessariamente com a figura de um empregador, mas sim com o formato de gestão das rotinas e processos administrativos e isso os estimula ao desejo de terem seu próprio negócio,

---

<sup>9</sup> Conforme explica Germano (2019) a sigla para *Master of Business Administration* (MBA) é uma pós-graduação voltada a área de Administração e perfeita para profissionais com bastante experiência e que estão se preparando para assumir cargos de liderança na empresa em que trabalham ou que almejam altos cargos. São indicados para quem gosta de tomar decisões e de trocar experiências. Um ponto muito valioso da pós-graduação MBA é a troca de conhecimento e consolidação de um network. As aulas também envolvem trocas de experiências e resolução de cases reais orientados pelos professores.



para terem uma relativa liberdade em poderem fazer aquela mesma atividade de maneira diferente. Outra alternativa aos empreendedores viria a ser trabalharem em um sentido de redesenho de um ou mais processos para um novo formato de execução dos mesmos. Em alguns casos os processos da organização podem estar sendo executados de forma lenta, onerosa e desalinhados do planejamento da mesma, conforme aponta Pereira Junior et al. (2020). Percebendo que poderiam ajustar essas questões e terem um processo de trabalho mais enxuto e menos oneroso, encontra-se essa oportunidade de mercado – o que poderia influir na decisão dos empreendedores.

Também olhando para essa pesquisa, fica ainda a dúvida: o porquê de pouco querer-se olhar para o empreendedor antes do “dia 0” de seu empreendimento? Por que as pesquisas só visam o empreendedor depois de seu negócio sair do papel (e muitas vezes depois de ter “dado certo”)? Esses estudos sustentam a visão do vencedor – a glamourização do empreendedor, tão presente na fala de tantos influenciadores, motivadores e *coachs* empresariais. Pesquisas sobre rotinas empresariais e história dos empreendedores de sucesso sustentam uma visão de que é possível, necessário e desejável a todos “brilharem” como os novos profissionais do mercado – os empreendedores. Pouco se mostra das dificuldades enfrentadas, das dúvidas, angústias, indecisões e tantas outras coisas que rodeiam a vida tanto daquele que está decidindo-se por empreender (constituindo-se seu *background*) ou mesmo dos já ativos empreendedores do mercado. Talvez olhando para essas pesquisas onde a cultura do empreendedor é desenvolvida, é possível entender-se o porquê de uma pessoa decidindo ser empreendedora resolva, em vez de conversar com empreendedores já ativos no mercado, aconselharem-se com *coachs*, livros de autoajuda, vídeos motivacionais, congressos animadores e outras coisas.

Baseado em toda a estrutura deste trabalho e focado no modelo aqui proposto, pode-se, de certa forma encontrar os empreendedores constituindo seu *background* antes de empreender, em três aspectos, a saber:

(i) Aqueles empreendedores que nascem em suas famílias, vendo pais, mães, avós, tios e outros empreenderem a sua volta. Estes acreditam no empreendedorismo como um “passar de tocha”. Para eles é natural ousarem nesse caminho, uma vez que olham para trás e encontram essas figuras proeminentemente na sua história. Muitos destes também encontram na fé o seu ponto de partida. Seja por meio de seu relacionamento com Deus, com suas lideranças religiosas ou mesmo esse *networking* encontrado nas estruturas.

(ii) Um segundo tipo pode ser apontado como aqueles empreendedores que nascem dentro das suas antigas empresas. Sejam eles os satisfeitos e gratos funcionários, que destacam terem aprendido suas funções e construído seu *know-how* dentro da estrutura anterior – mas ousam dar o passo incerto e abrir a sua empresa depois de algum problema de demissão, mudança de cidade e outros. Ou sejam eles os insatisfeitos e disruptivos funcionários que olham para a maneira com que aquele negocio vem sendo desenvolvido e fariam diferente – estes reconstroem modelos, desenvolvem novas técnicas de gestão e se reposicionam no mesmo mercado ou mercados afins – desenvolvendo a mesma ideia de negocio ou até mesmo outras.

(iii) Por fim, aparecem aqueles empreendedores disruptivos que começam ou recomeçam estruturas de negócios através da tecnologia. Estes enxergam lacunas de mercado a serem atendidas e usam coisas novas ainda não imaginadas – seja em sua totalidade ou de forma adaptativa. Estes se inserem ou até mesmo criam ambientes inovadores de negocio, e podem ser estes também aqueles que buscam na educação formal ou em programas de educação empreendedora as técnicas para melhorarem, desenvolverem suas técnicas de gestão e melhorarem seu *know-how*.

Como contribuições, o presente estudo contribui cientificamente aos estudos em empreendedorismo – por apresentar o empreendedor antes do dia 0 do começo da sua empresa. Contribui também à literatura com a proposição deste modelo para identificar o *background* do empreendedor. E por fim, como contribuição gerencial a utilização das características elencadas, testadas e confirmadas do modelo conceitual como ferramenta para avaliadores de incubadoras e empresa juniores, a fim de processos seletivos.

Por fim, como limitações ao presente estudo, pode-se destacar a aplicação dessa pesquisa apenas com brasileiros residentes no Brasil. Não foram utilizados empreendedores situados além das fronteiras nacionais por uma decisão de conveniência em limitações de tempo deste estudo. Além disso, outra limitação pode ser a utilização de uma amostragem de especialistas também por conveniência, uma vez que o número de respondentes que se disponibilizaram foram apenas oito.

Como sugestão de novos estudos, pode-se direcionar a validação de cada um dos construtos com uma quantidade bem maior de empreendedores, seja em um formato qualitativo, através de entrevistas ou mesmo em um formato, mas quantitativo - *survey*, para a

criação de correlações entre os construtos do modelo com idades, gêneros, regiões do país e tantas outras. Uma outra sugestão é a reaplicação da pesquisa por todo o território nacional e mesmo internacionalmente. E por fim, uma terceira e outra sugestão poderia ser a aplicação do modelo de *background* empreendedor em relação aos tipos de negócio existentes e aos tipos de inovação que vem sendo gerados.

## REFERÊNCIAS

ACHLEITNER, A. K.; KASERER, C.; WAGNER, N.; POECH, A.; BRIXNER, M. German business ventures - entrepreneurs, success factors, and financing. In: GREGORIOU, G. N.; KOOLI, M.; KRAUSSL, R. (Orgs.) **Venture Capital in Europe**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007. p. 199-2016.

ALCHIERI, A. P.; PIVETTA, J. C.; CAZELLA, C. F.; de MARCO, R. A.; PINZETTA, G. EMPRETEC - desenvolvimento de comportamentos do empreendedor. In: IX Seminário Ensino, pesquisa e extensão. 9, 2016, Santana do Livramento. **Anais eletrônicos**. 2016., p. 1-1.

ALONSO, S.; CABRERIZO, F. J.; HERRERA-VIEDMA, E.; HERRERA, F. h-Index: A review focused in its variants, computation and standardization for different scientific fields. **Journal of Informetrics**, v. 3, n. 4, p. 273-289, 2009.

ALONSO-ALMEIDA, M. D. M.; PERRAMN, J.; BAGUR, L. Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. In: L Women's Studies International Forum, 50., 2015. **Anais eletrônicos**. Pergamon, 2015. p. 47-56.

ANOKHIN, S.; SCHULZE, W. S. Entrepreneurship, innovation, and corruption. **Journal of business venturing**, v. 24, n. 5, p. 465-476, 2009.

AMORÓS, J. E.; FERNÁNDEZ, C.; TAPIA, J. Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n. 3, p. 249-270, 2012.

ARAÚJO, C. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em questão**, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.

ARAÚJO, R. F.; ALVARENGA, L. A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 16, n. 31, p. 51-70, 2011.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 11. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991

BASTOS, M. H. R.; OLIVEIRA, U. R. Análise de discurso e Análise de Conteúdo: Um breve levantamento bibliométrico de suas aplicações nas ciências sociais aplicadas da

Administração. In: XII Simpósio de excelência em gestão e tecnologia, 12, 2015, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**, Rio de Janeiro, 2015, p. 1-15.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BESSANT, J. **Innovation and entrepreneurship**. 3. ed. New Jersey: Wiley, 2015.

BOCA, D. G. Modeling the Future Entrepreneurship. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, v. 109, n. 1, p. 427-431, 2014.

BOYACK, K. W.; WYLIE, B. N.; DAVIDSON, G. S. Domain visualization using vxinsight for science and technology management. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 53, n. 9, p. 764-774, 2002.

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

CHRISMAN, J. J.; BAUERSCHMIDT, A.; HOFER, C. W. The determinants of new venture performance: An extended model. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 23, n. 1, p. 5-29, 1998.

COCKBURN, I.; HENDERSON, R. Racing to invest? The dynamics of competition in ethical drug discovery. **Journal of Economics & Management Strategy**, v. 3, n. 3, p. 481-519, 1994.

DANTAS, E. B. Empreendedorismo e intra-empendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, v. 1 n. 1, p. 1-23, 2008.

DIOCHON, M.; MENZIES, T. V.; GASSE, Y. Canadian Nascent Entrepreneurs' Start-up Efforts: Outcomes and Individual Influences on Sustainability. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 18, n. 1, p. 53-74, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, P. **Innovation and entrepreneurship**. 1. ed. Londres: Routledge, 2014.

DRUCKER, P. F.; NOEL, J. L. Innovation and Entrepreneurship: practices and principles. **The Journal of Continuing Higher Education**, n. 34, v. 1, p. 22-23, 1986.

EGGHE, L. Theory and practise of the g-index. **Scientometrics**, v. 69, n. 1, p. 131-152, 2006.

FERNANDES, N. P.; d'AVILA, L. C.; da CRUZ, A. P. C.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z. Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 7, n.3, p. x-y, 2020. [Artigo aceito para publicação]

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLYVBJERG, B. Five misunderstandings about case-study research. **Qualitative Inquiry**, v. 12, n. 2, p. 219-245, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GERMANO, S. **MBA, especialização ou mestrado – quais as diferenças e como escolher?** [2019]. Disponível em: <<http://www.anpg.org.br/30/01/2019/mba-especializacao-ou-mestrado-quais-as-diferencas-e-como-escolher/>>. Acesso em 08 fev. 2020.

GOMES, A. A. Considerações sobre a pesquisa científica: em busca de caminhos para a pesquisa científica. **Intertemas**, v. 5, p. 61-81, 2001.

GRANT, R. M. The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. **California management review**, v. 33, n. 3, p. 114-135, 1991.

GRIES, T.; NAUDÉ, W. Entrepreneurship and human development: A capability approach. **Journal of Public Economics**, v. 95, n. 3, p. 216-224, 2011.

HADZIC, M.; DINC, S. M. The relationship among personal background, personality traits, environmental factors and entrepreneurial intention of women in northern Montenegro, in: XVI International Conference on Economic and Social Studies, 16., 2016. **Anais eletrônicos**. Sarajevo, 2016. p. 27-34.

de HARLEZ, Y.; MALAGUEÑO, R. Examining the joint effects of strategic priorities, use of management control systems, and personal background on hospital performance. **Management Accounting Research**, v. 30, n. 1, p. 2-17, 2016.

HEUGENS, P. P.; RIEL, C. B. V.; BOSCH, F. A. V. D. Reputation management capabilities as decision rules. **Journal of Management Studies**, v. 41, n. 8, p. 1349-1377, 2004.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; SIRMON, D. G.; TRAHMS, C. A. Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. **Academy of management perspectives**, v. 25, n. 5, p. 57-75, 2011.

HUGHES, M.; HUGHES, P.; MORGAN, R. E. Exploitative learning and entrepreneurial orientation alignment in emerging young firms: Implications for market and response performance. **British Journal of Management**, v. 18, n. 4, p. 359-375, 2007.

KINIAS, I. G. The Importance of the Entrepreneurial Background in the Detection and the Utilization of the Information. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 73, n. 1, p. 564-572, 2013.

KWON, S. W.; ARENIUS, P. Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n. 3, p. 315-330, 2010

LEE, S. Y.; FLORIDA, R.; ACS, Z. Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. **Regional studies**, v. 38, n. 8, p. 879-891, 2004.

LINDQUIST, M. J.; SOL, J.; van PRAAG, C. M.; VLADESEL, T. On the Origins of Entrepreneurship: Evidence from Sibling Correlations. **IZA Discussion Paper**, v. 10278, n. 1, p. 1-53, 2016.

LILIENFELD, S. O.; RITSCHER, L. A.; LYNN, S. J.; CAUTIN, R. L.; LATZMAN, R. D. Why many clinical psychologists are resistant to evidence-based practice: Root causes and constructive remedies. **Clinical psychology review**, v. 33, n. 7, p. 883-900, 2013.

LOGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor**. 1997. 97 f.. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

LUNARDI, G. L. **Um Estudo Empírico e Analítico do Impacto da Governança de TI no Desempenho Organizacional**. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

LUNDVALL, B. A. 2007. National innovation systems—analytical concept and development tool. **Industry and innovation**, v. 14, n. 1, p. 95-119, 2007.

LUNDVALL, B. A.; JOHNSON, B. The learning economy. **Journal of Industry Studies**, v. 1, n. 2, p. 23-42, 1994.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. São Paulo: Bookman, 2012.

MARIA, L. **Startupês: os significados de 20 termos comuns no mundo das startups**. [2014]. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/startup-es-significados-de-20-terminos-comuns-no-mundo-das-startups/93129/>>. Acesso em 08 fev. 2019.

MARTINS, G. D. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MAZZAROL, T.; VOLERY T.; DOSS N.; THEIN, V. Factors Influencing Small Business Start-ups: A Comparison with Previous Research. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, v. 5, n. 2, p. 48-61, 1999.

- MCCLELLAND, D. C. **Achieving society**. Nova York: The Free Press, 1967.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Strategy safari: Your complete guide through the wilds of strategic management**. Nova York: The Free Press, 1998.
- MORGAN, D. **Focus group as qualitative research**. Qualitative Research Methods Series. London: Sage Publications, 1997.
- NANUS, B. **Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization**. San Francisco: Jossey-Bass Inc., 1992.
- NELSON, R.; WINTER, S. **An Evolutionary Theory of Economic Change**. Cambridge: Harvard University Press, 1982.
- PAES, N. N.; de CAMARGO NETO, R. P.; MORAES, I. S.; MENEZES, G. R. Determinantes do empreendedorismo no Rio Grande do Sul. **SINERGIA - Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**, v. 23, n. 2, p. 59-68, 2019.
- PASTERNAK, K. M. **A influência do background dos empreendedores na decisão de criação de novos negócios - os casos polaco e português**. 2014. 44 f. Dissertação (Mestrado em Ciências empresariais). Lisboa School of Economics & Management, Lisboa, 2014.
- PENROSE, E. **The theory of the growth of the firm**. New York: Oxford University, 1995.
- PEREIRA JUNIOR, E. F. Z; LONGARAY, A. A.; MUNHOZ, P. R. D. S. O papel da equipe organizacional no mapeamento de processos de uma secretaria de educação à distância de uma universidade federal. **Revista de Educação a distância – EmRede**, v. x, p. y-z, 2020. [Artigo aceito para publicação]
- PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. Survey research methodology in management information systems: an assessment. **Journal of management information systems**, v. 10, n. 2, p. 75-105, 1993.
- PIZZANI, L., SILVA, R. C. D., BELLO, S. F., & HAYASHI, M. C. P. I. The art of literature in search of knowledge. **Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação**, v. 10, n. 1, p. 53-66, 2012.
- POPELKA, C. A.; FANSLOW, A. M.; LITTRELL, M. A. Profiles of Success: Mexican Textile Handcraft Entrepreneurs and Their Businesses. **Home Economics Research Journal**, v. 20, n. 4, p. 235-253, 1992.
- de RESENDE, M. R.; da FONSECA, S. U. L; CAMPOS, T. M. A Combinação de Backgrounds na Gestão Estratégica de Pequenas e Médias Empresas (Pme). In: VIII Encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas – EGEPE, 8., 2014, Goiânia. **Anais eletrônicos**, 2014, p. 1-16.



REYNOLDS, P.; STOREY, D. J.; WESTHEAD, P. Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. **Regional studies**, v. 28, n. 4, p. 443-456, 1994.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

ROCHA, A.; FERREIRA, J. B.; da SILVA, J. F. **Administração de marketing: conceitos, estratégias e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2012

ROESCH, S. M.; BECKER, G. V.; de MELLO, M. I. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. São Paulo: Atlas, 2015.

ROTTER, J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. **Psychological monographs: General and applied**, v. 80, n. 1, p. 1-28, 1966.

SALGADO-BANDA, H. Entrepreneurship and economic growth: An empirical analysis. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 12, n. 1, p. 3-29, 2007.

SCIASCI, V.; GARCIA, S. F. A.; GALLI, L. C. D. L. A. Posicionamento de marcas globais: um estudo bibliométrico da produção científica na área. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n. 2, p. 67-93, 2012.

SCHUMPETER, J. A. **Theory of Economic Development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. **Socialism, capitalism and democracy**. New York: Harper and Brothers, 1942.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVEIRA-MARTINS, E.; MASCARENHAS, L. E.; MULLER, C. R. Orientação empreendedora uni/multidimensional como estratégia precedente da capacidade gerencial. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 4, n. 2, p. 105-124, 2017.

SPINAK, E. **Diccionario enciclopédico de bibliometría, cienciometría e informática**. Caracas: Unesco, 1996.

STOROPOLI, J. E.; BINDER, M. P.; MACCARI, E. A. Incubadoras de empresas e o desenvolvimento de capacidades em empresas incubadas. **Revista de ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 36-51, 2013.

TAJRA, S. F. **Empreendedorismo: questões na área da saúde, social, empresarial e educacional**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2009.

TANG, L.; KOVEOS, P. E. Venture entrepreneurship, innovation entrepreneurship, and economic growth. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 9, n. 2, p. 161-171, 2004.

TEECE, D. J.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic management journal**, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.

TELLO-GAMARRA, J.; MACHADO LEO, R.; AVILA, S.; MELLO, A.; WENDLAND, J. Innovation studies in Latin America: a bibliometric analysis. **Journal of technology management & innovation**, v. 13, n. 4, p. 24-36, 2018.

TIMMONS, J. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2004.

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a methodology for developing evidence informed management knowledge by means of systematic review. **British Journal of Management**, v. 14, n. 3, p. 207-222, 2003.

TURNER, J. A.; KERKX, L.; WHITE, T.; NELSON, T.; EVERETT-HINCKS, J.; MACKAY, A.; BOTHA, N. Unpacking systemic innovation capacity as strategic ambidexterity: How projects dynamically configure capabilities for agricultural innovation **Land Use Policy**, v. 68, n. 1, p. 503-523, 2017.

VANTI, N. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da Informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2. p. 152-162. 2002.

VEIGA, L.; GONDIM, S. M. G. A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político. **Opinião Pública**, v. 7, n. 1, p. 1-15, 2001.

WANG, C. L.; TEE, D. D.; AHMED, P. K. Entrepreneurial leadership and context in Chinese firms: A tale of two Chinese private enterprises. **Asia Pacific Business Review**, v. 18, n. 4, p. 505-530, 2012.

WENG, Y. H.; KUO, K. N.; YANG, C. Y.; LO, H. L.; CHEN, C.; CHIU, Y. W. Implementation of evidence-based practice across medical, nursing, pharmacological and allied healthcare professionals: A questionnaire survey in nationwide hospital settings. **Implementation Science**, v. 8, n. 1, p. 1-10, 2013.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic management journal**, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

WESTLEY, F. Bob Geldof and Live Aid: The Affective Side of Global Social Innovation. **Human Relations**, v. 44, n. 10, p. 1011-1036, 1991.

WORMELL, I. Informetria: explorando bases de dados como instrumentos de análise. **Ciência da Informação**, v. 27, n. 2, p. 210-216. 1998.

YANG, X.H.; PENG, Y.Q.; LEE, Y.T. **The Confucianism and Mencian philosophy of benevolent leadership**. New York: Cambridge University Press, 2008.

YIN, R. K. Estudo de Caso: **Planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

## **APÊNDICES**

**APÊNDICE A - Roteiro de entrevista semiestruturado**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
PRÓ REITORIA DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÔMICAS E  
CONTÁBEIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



Mestrando: ERROL FERNANDO ZEPKA PEREIRA JUNIOR

*PERGUNTAS – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA*

1. O que você acha que a história ou a bagagem da pessoa influencia no fato de ser empreendedor ou na forma dele em ser empreendedor?
2. Qual o histórico pessoal que constitui um empreendedor?
3. Quais aspectos familiares podem influenciar na constituição do empreendedor?
4. O lugar onde a pessoa nasceu ou foi criada, influencia?
5. Como a educação influencia? – explicar por níveis [anos iniciais, fundamental, médio, superior, pós-graduação].
6. Antecedentes sócios demográficos (idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, idioma e mobilidade) influenciam?
7. Tradições filosóficas e valores culturais, e religiosos?
8. Tipo de atividade das empresas anteriores, as experiências de trabalho anteriores (o tempo e atividades desenvolvidas), a posição em que essas pessoas ocupavam nestes trabalhos?
9. A formação acadêmica e profissional, a significação que o gestor dá à essa formação, e a vivência de sua experiência atuando junto à área em situações anteriores?

**APÊNDICE B – Convite enviado aos especialistas**



Errol Fernando Zepka Pereira Junior <zepkaef@gmail.com>

---

## Fwd: convite - entrevista - dissertação

1 mensaje

---

**Errol Fernando Zepka Pereira Junior**

<zepkaef@gmail.com>

28 de abril de 2019 a las 17:03

Para:

Boa tarde, professor Ricardo  
Eu me chamo Errol Fernando Zepka Pereira Junior, e estou fazendo Mestrado em Administração pela FURG.  
Meu tema de pesquisa na dissertação é a relação entre inovação e a figura do empreendedor.  
Desta forma, estou entrevistando algumas pessoas chave que trabalhem com essa temática.  
Seria enriquecedor para minha pesquisa se pudesse ter a tua participação, tendo em vista os teus estudos nesta área.  
Gostaria de saber se poderias me ajudar, aceitando ser entrevistado nessa etapa da minha pesquisa.  
Caso aceites, poderíamos fazer esta entrevista por alguma plataforma digital: Skype, outra de tua preferência ou poderia ser até mesmo uma ligação por telefone.  
Fico no aguardo de tua resposta.  
att

atenciosamente,

**Errol Fernando Zepka Pereira Junior**

Administrador e MBA em Gestão Estratégica de Negócios

CV: <http://lattes.cnpq.br/2859488522345809>

*A Wise Man will make more opportunities than he finds. Francis Bacon*



**APÊNDICE C – Listagem dos entrevistados na etapa exploratória**

<b>Entrevista no:</b>	1
<b>Formação:</b>	Bacharel em Administração, Especialista em Gestão de Recursos Humanos, Mestre em Administração e Doutor em Administração de empresas.
<b>Resumo profissional:</b>	Professor e pesquisador do Departamento de Administração da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES. Doutor em Administração pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e mestre em Administração pela Universidade Federal do Espírito Santo. Bolsista de Extensão do CnPQ do Programa ALI - Agentes Locais de Inovação. Parecerista de diversos periódicos nacionais. Desenvolve e orienta pesquisas nos seguintes temas: aprendizagem em organizações, desenvolvimento de competências, ensino e pesquisa em Administração, estudos baseados em práticas e métodos qualitativos.
<b>Data da entrevista:</b>	02/05/2019, virtualmente, através da ferramenta Skype.

<b>Entrevista no:</b>	2
<b>Formação:</b>	Bacharel em Engenharia elétrica, Especialista em Marketing intensivo, Mestre em engenharia de produção e Doutor em engenharia mecânica.
<b>Resumo profissional:</b>	É conferencista, consultor de empresas e professor de empreendedorismo. Leciona em cursos de MBA na FIA - Fundação Instituto de Administração, na USP - Universidade de São Paulo, e como professor convidado no Brasil e exterior. Realizou seu pós-doutoramento nos EUA e foi o primeiro e único professor brasileiro como Visiting Scholar no Centro de Empreendedorismo do Babson College - considerada a melhor escola de negócios com foco em ensino de empreendedorismo no mundo. É engenheiro pela USP São Carlos, com mestrado e doutorado também pela USP, especialização em marketing pela ESPM e cursos de extensão em Harvard e no MIT. Atualmente, é Visiting Scholar na Columbia University em Nova York. É autor/co-autor de 17 livros. Pela editora LTC/Empreende: Empreendedorismo para visionários; Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. Pela editora Saraiva: a Coleção 101 Maneiras (Seja dono do próprio nariz; Empreenda nos finais de semana; Empreenda quase sem dinheiro; Empreenda antes dos 30; Ganhe dinheiro na internet; Revolucione o marketing de sua empresa). Pela editora Campus/Elsevier: Plano de negócios, exemplos práticos; Plano de negócios, seu guia definitivo; Criação de Novos Negócios; Uma dupla que faz acontecer; Planos de negócios que dão certo; Como conseguir investimentos para o seu negócio; Empreendedorismo na Prática; Planejando incubadoras de empresas; e Empreendedorismo Corporativo, tendo sido, este último, finalista do Prêmio Jabuti. Tem também publicado e apresentado dezenas de artigos premiados em congressos, seminários e revistas especializadas, nacional e internacionalmente. Tem assessorado dezenas de empresas nacionais e

	multinacionais com treinamentos, palestras e consultorias em empreendedorismo corporativo e plano de negócios. É ainda constantemente requisitado para proferir palestras, treinamentos, e atuar em projetos de consultoria em empreendedorismo de start-up (criação de empresas) e desenvolvimento de planos de negócios. Tem assessorado também mais de 60 incubadoras de empresas e centenas de empreendedores de diversos estados brasileiros. Criou o site <a href="http://www.empreende.vc">www.empreende.vc</a> de cursos gratuitos de empreendedorismo e gestão de negócios.
<b>Data da entrevista:</b>	09/05/2019, por telefone.

<b>Entrevista no:</b>	3
<b>Formação:</b>	Bacharela, Especialista em New and Small Enterprise Promotion, Mestra em Administração, Doutora em Administração e Pós doutora em Empreendedorismo.
<b>Resumo profissional:</b>	Possui Mestrado em Administração pela COPPEAD/UFRJ (1979) e Doutorado em Administração pela Cranfield University (1996). Pós Doutorado em Gestão Turismo na Bournemouth University, Inglaterra e Strathclyde University, Escócia (2000-2001). Pós Doutorado em Empreendedorismo na HEC Canadá (2007), sob supervisão de Louis Jacques Fillion. Pós Doutorado em Empreendedorismo na FGV-SP (2015), sob a orientação do prof Tales Andreassi. Atuou como professora do programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento em Meio Ambiente-PRODEMA da Universidade Federal de Sergipe- UFS de 1998 a 2003. Atuou como professora da Graduação e da Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná - UFPR no período de 2003 a 2009. Atuou como professora do Programa de Pós Graduação em Economia- da UFS de 2009 a 2012. Participou como coordenadora da elaboração do projeto de criação do Mestrado em Administração da UFS em 2010. Atuou como Coordenadora do Programa de Mestrado em Administração PROPADM da UFS de 2011 a 2013. Atualmente é professora do Departamento de Administração da UFPR e do PPGADM. Foi bolsista de Produtividade do CNPq e atuou como consultora ad-hoc da CAPES e do-CNPQ de 1998 até fevereiro 2019. É membro de Conselho Editorial e parecerista de periódicos. Leciona as disciplinas de Metodologia de Pesquisa e Empreendedorismo no Mestrado/Doutorado em Administração. Área de interesse em pesquisa atuais: Empreendedorismo; Inovação, Aprendizagem Empreendedora, Empreendedorismo Sustentável, Empreendedorismo Feminino, Empreendedorismo Social, Empresas Familiares; Empreendedorismo em Turismo; Metodologia de Pesquisa em Administração.
<b>Data da entrevista:</b>	14/05/2019, virtualmente através da ferramenta Skype.

<b>Entrevista no:</b>	4
<b>Formação:</b>	Bacharel em Ciências econômicas, Especialização em Gestão

	Empresarial, Mestre em Educação Ambiental e Doutor em Educação Ambiental.
<b>Resumo profissional:</b>	Possui Doutorado em Educação Ambiental pela Universidade Federal do Rio Grande - FURG (2013), Mestrado em Educação Ambiental na linha de Gerenciamento Costeiro (FURG, 2004), Especialização em Gestão Empresarial (2003) e graduação em Ciências Econômicas (FURG, 1993). Atualmente é professor da Universidade Federal do Rio Grande - FURG, campus de São Lourenço do Sul e Coordenador de Empreendedorismo e Incubação de Empresas (FURG) vinculado à Diretoria de Inovação Tecnológica. Gestor da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica - INNOVATIO (FURG).
<b>Data da entrevista:</b>	17/05/2019, presencialmente na Diretoria de Inovação Tecnológica – DIT, da Universidade Federal do Rio Grande – FURG.

<b>Entrevista no:</b>	5
<b>Formação:</b>	Bacharel em Ciências Contábeis e Mestre em Administração de Empresas.
<b>Resumo profissional:</b>	Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande - FURG (1997) e mestrado em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2002). Atualmente é Diretor do OCEANTEC - Parque Científico e Tecnológico da Furg e professor adjunto nível I da Furg. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Gestão de Custos, atuando principalmente nos seguintes temas: custeio abc, gestão de custos, custos, gestão do conhecimento e contabilidade de custos.
<b>Data da entrevista:</b>	18/05/2019, virtualmente através da ferramenta Skype.

<b>Entrevista no:</b>	6
<b>Formação:</b>	Bacharel em Administração, especialista em Administração de Marketing, MBA em Liderança, Inovação e Gestão 3.0 e mestre em Administração.
<b>Resumo profissional:</b>	Mestre em Administração com ênfase em Marketing pela PUCRS, MBA em Liderança, Inovação e Gestão 3.0 pela PUC RS, Especialista em Administração de Marketing pela ULBRA, Graduado em Administração com Habilitação em Marketing pela Universidade Católica de Pelotas, Sócio Proprietário da Damé e Cavalheiro - empresa de consultoria. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Marketing e Estratégias Empresariais.
<b>Data da entrevista:</b>	21/05/2019, presencialmente na sala de reuniões dos professores de Universidade Católica de Pelotas – UCPel.

<b>Entrevista no:</b>	7
<b>Formação:</b>	Bacharel em Administração, Especialista em Cinema, Mestre em Administração, Doutorado na área de Estratégia.
<b>Resumo profissional:</b>	Possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (1981), mestrado em Administração pela Universidade de

	São Paulo (1983) e doutorado pela Manchester Business School - University of Manchester (1995) e especialização em Cinema (2014). Atualmente é professor titular do Departamento de Administração Geral e Aplicada da Universidade Federal do Paraná e professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas: empreendedorismo, estratégia, políticas públicas de fomento ao empreendedorismo e pequena empresa, políticas públicas do audiovisual, administração e liderança criativa.
<b>Data da entrevista:</b>	30/05/2019, virtualmente através da ferramenta Skype.

<b>Entrevista no:</b>	8
<b>Formação:</b>	Bacharel em Psicologia, Especialista em Psicologia Preventiva, Especialista em Marketing, Mestra em Counselling Psychology, Mestra em Psicologia Social, Doutora em Psicologia Social e Pós doutora na área de Ciências Sociais Aplicadas.
<b>Resumo profissional:</b>	Graduada em Psicologia pela UFRJ (1975), fez Mestrado em Counseling Psychology no Lesley College Graduate School (1984), especialização em Marketing pela ESPM-SP, Mestrado e Doutorado em Psicologia Social pela USP (1999 e 2004, respectivamente). É pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Administração na UNINOVE. Foi professor em tempo parcial na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, de 2007 a 2015, lecionando na Graduação de Administração. Planejou e implantou o Minor de Empreendedorismo no Curso de Administração da ESPM. Também foi professora da Pós-Graduação da ESPM em cursos de Especialização e MBA, de 2003 a 2010. Coordenou as atividades do Núcleo de Empreendedorismo de 2011 a 2015, organizando diversos eventos internos e externos de empreendedorismo. Na ESPM orientou trabalhos de conclusão de curso: monografias, Planos de Negócios e projetos empreendedores. Recebeu um prêmio Nacional em 2014, e dois regionais Francisco Gracioso de Excelência Acadêmica pela orientação de dois trabalhos de conclusão de curso em junho e dezembro de 2013. Foi professora da Fundação Armando Alvares Penteado em cursos de Especialização. Suas pesquisas acadêmicas tem se concentrado na área de empreendedorismo, enfocando os seguintes temas: intenção de empreender, comportamento e processo empreendedor, características, competências e tipos psicológicos dos empreendedores e educação empreendedora (ensino de Empreendedorismo). Participa do grupo técnico de análise dos dados e elaboração dos relatórios da pesquisa internacional GUESSS, cujo relatório nacional recebeu prêmio de melhor relatório em 2012. Publicação baseada nesta pesquisa foi indicada para prêmio de melhor trabalho da divisão acadêmica Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação no congresso ENANPAD de 2012. Tem apresentado seus trabalhos nos principais congressos desta área como: Babson College

	<p>Entrepreneurship Research Conference, Internationalizing Entrepreneurship Education and Training e World Conferences do ICSB, e no Brasil, no ENANPAD e EGEPE, tendo trabalhos ou resumos publicados nos anais destes congressos. Tem trabalhos publicados na RAC e no JSBM. É parecerista/ avaliadora de diversos eventos e revistas científicas. Foi líder do tema Educação Empreendedora nos EGEPE de 2014 e 2018. Organizou o livro Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas, publicado pela Editora Campus Elsevier em 2010. Nele escreveu dois capítulos. É uma das co-autoras do livro Práticas de Empreendedorismo, Casos e Planos de Negócios, Editora Campus Elsevier, 2012. É autora de capítulo no livro Empreendedorismo Inovador, Editora Évora, 2012. Organizou o livro Ensino de Empreendedorismo no Brasil, pela Editora Alta Books, em 2017, no qual escreveu três capítulos. É Presidente da ANEGEPE - Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, no biênio 2018-2020, e foi presidente no termo anterior. Foi a coordenadora geral e presidiu o Comitê Organizador do X EGEPE 2018 e está na coordenação geral do XI EGEPE. Palestrante e participante de diversos eventos científicos e de divulgação em temas de empreendedorismo e educação empreendedora. Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia do Trabalho e Organizacional. Atuou em áreas de Recursos Humanos de grandes empresas como Banco Real, Avibras Aeroespacial e Embraer, tanto em atividades de recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento, plano geral de treinamento e consultoria interna. É Consultora Associada à Food Design Consultoria em Sistemas de Gestão Integrados para a Cadeia de Alimentos desde 2004. Trabalhou em áreas de Recursos Humanos em grandes empresas. Como consultora atuou em treinamento, projetos de Assessment, e em projetos internacionais de pesquisa de mercado qualitativa. Foi colunista semanal do Portal UOL Empreendedorismo de 2012 a 2015 e articulista mensal da Revista Gestão &amp; Negócios de 04/2011a Janeiro de 2016.</p>
<b>Data da entrevista:</b>	03/06/2019, virtualmente através da ferramenta Skype.

**APÊNDICE D** – Roteiro de Perguntas Grupo Focal com os empreendedores



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
PRÓ REITORIA DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÔMICAS E  
CONTÁBEIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



Mestrando: ERROL FERNANDO ZEPKA PEREIRA JUNIOR

### **1 - PERGUNTA INICIAL**

Qual seu nome, qual sua empresa?

Quantos anos você tem?

Quantos anos tu tinhas quando começou o teu primeiro empreendimento?

O teu primeiro empreendimento é o atual?

Qual sua formação [área]?

Qual sua cidade natal?

O que te mobilizou à abrir o teu primeiro negócio?

### **2 – ASPECTOS FAMILIARES**

Que aspectos familiares você julga importantes na tua decisão por empreender?

### **3 - LUGAR DE NASCIMENTO OU CRIAÇÃO**

Como o lugar em que nasceste, fosses criado pode ter te influenciado à empreender?



#### **4 - EDUCAÇÃO**

De que forma a tua educação formal pode ter te influenciado à empreender?

#### **5 - ASPECTOS SÓCIO DEMOGRÁFICOS**

Alguém se mudou da cidade natal?

Como essa mudança pode ter influenciado à empreender?

Gênero

#### **6 - A RELIGIÃO**

Acham que este aspecto pode impactar?

Com relação à sua religião: como pode ter influenciado na tua decisão por empreender?

#### **7 - ASPECTOS DE ATIVIDADE PROFISSIONAL**

Com relação à tua atividade profissional anterior: como pode ter influenciado na tua decisão por empreender?

---

**APÊNDICE E – Roteiro de Perguntas das Entrevistas com os empreendedores**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
PRÓ REITORIA DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÔMICAS E  
CONTÁBEIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



Mestrando: ERROL FERNANDO ZEPKA PEREIRA JUNIOR

### **1 - PERGUNTA INICIAL**

Qual seu nome?

Qual sua empresa?

Quantos anos você tem?

Quantos anos tu tinhas quando começou o teu primeiro empreendimento?

O teu primeiro empreendimento é o atual?

Qual sua formação [área]?

Qual sua cidade natal?

O que te mobilizou à abrir o teu primeiro negócio?

### **2 – ASPECTOS FAMILIARES**

Que aspectos familiares tu julga importantes na tua decisão por empreender?

### **3 - LUGAR DE NASCIMENTO OU CRIAÇÃO**

Como o lugar em que nascesses, fosses criado pode ter te influenciado à empreender?

#### **4 - EDUCAÇÃO**

De que forma a tua educação formal pode ter te influenciado à empreender?

#### **5 - ASPECTOS SÓCIO DEMOGRÁFICOS**

Você se mudou da cidade natal?

Se sim, como essa mudança pode ter influenciado à empreender?

O seu gênero influenciou na tua decisão por empreender?

#### **6 - ASPECTOS DE ATIVIDADE PROFISSIONAL**

Com relação à tua atividade profissional anterior: como pode ter influenciado na tua decisão por empreender?

#### **7 - A RELIGIÃO**

Acha que este aspecto pode ter impactado na tua decisão por empreender?

---