



Como surge um empreendedor? Proposição de um modelo conceitual de análise do background de empreendedores

How does an entrepreneur rise? Proposition of a conceptual model of entrepreneurs' background analysis




¿Cómo emerge un emprendedor? Proposición de un modelo conceptual de análisis de antecedentes de emprendedores.

Autoria




Errol Fernando Zepka Pereira Junior

-  Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS)
-  zepkaef@gmail.com
-  <https://orcid.org/0000-0002-4203-0801>




Lívia Castro D'Ávila

-  Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
-  liviacdavila@gmail.com
-  <https://orcid.org/0000-0002-8622-5416>

Guilherme Lerch Lunardi

-  Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
-  gllunardi@furg.br
-  <https://orcid.org/0000-0003-3250-2796>

Alisson de Moraes Bastos

-  Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
-  alissonbastos@furg.br
-  <https://orcid.org/0000-0002-5990-7905>

RESUMO

Objetivo: Propomos um modelo conceitual que reúne diferentes fatores que antecedem a formação do empreendedor, o chamado background do empreendedor. **Metodologia/abordagem:** A presente pesquisa foi operacionalizada segundo três etapas, a saber: revisão sistemática da literatura, entrevistas em profundidade com especialistas e grupo focal com empreendedores; sendo seguida pela etapa do modelo, que compreendeu entrevistas em profundidade baseadas em relatos de 12 empreendedores. **Originalidade/relevância:** Muito se estuda sobre a vida de um empreendedor após o início de sua atividade. No entanto, pouco se analisa sobre isso antes do momento inicial da atividade empreendedora. **Principais achados:** O estudo propõe um modelo de análise do background do empreendedor, que apresenta seis eixos de análise capazes de prever o perfil empreendedor, nomeados: família, local de nascimento ou criação, escolaridade, relações sociodemográficas, atividade profissional; e aspectos filosóficos ou religiosos. **Contribuições teóricas:** O presente estudo introduz um instrumento que permite mapear características prévias à atividade empreendedora. **Contribuições da gestão:** Como contribuição geral, pode ser utilizada em políticas públicas voltadas ao incentivo ao empreendedorismo, bem como auxiliar instituições privadas de apoio ao empreendedorismo.

Palavras-chave: Background. Empreendedorismo. Empreendedor. Surgimento. Modelo.

ABSTRACT

Goal: We propose a conceptual model that gathers different factors preceding the entrepreneur's formation, the so-called entrepreneur's background. **Methodology/approach:** The present research was operationalized according to three stages, namely: systematic literature review, in-depth interviews with experts and focus group with entrepreneurs; being followed by the model stage, which comprised in-depth interviews based on reports by 12 entrepreneurs. **Originality/relevance:** Much is studied about the life of an entrepreneur after starting his/her activity. However, little is analyzed about this before the initial moment of the entrepreneurial activity. **Main findings:** The study proposes a model for analyzing the entrepreneur's background, which presents six analysis axes capable of foreseeing the entrepreneurial profile, named: family, place of birth or raising, schooling, sociodemographic relationships, professional activity; and philosophical or religious aspects. **Theoretical contributions:** The present study introduces an instrument that enables mapping prior characteristics to the entrepreneurial activity. **Management contributions:** As its general contribution, it can be used in public policies focused on encouraging entrepreneurship, as well as help private institutions for entrepreneurship support.

Keywords: Background. Entrepreneurship. Entrepreneur. Rise. Model.

RESUMEM

Objetivo: Proponemos un modelo conceptual que recoge diferentes factores que preceden a la formación del emprendedor, los denominados antecedentes del emprendedor. **Metodología/enfoque:** La presente investigación se llevó a cabo en tres etapas, a saber: revisión sistemática de la literatura, entrevistas en profundidad con expertos y focus group con emprendedores; seguida de la etapa del modelo, que comprendió entrevistas en profundidad basadas en relatos de 12 emprendedores. **Originalidad/relevancia:** Se estudia mucho sobre la vida de un emprendedor después de iniciar su actividad. Sin embargo, poco se analiza sobre esto antes del momento inicial de la actividad emprendedora. **Principales resultados:** El estudio propone un modelo para analizar los antecedentes del emprendedor, que presenta seis ejes de análisis capaces de prever el perfil emprendedor, denominados: familia, lugar de nacimiento o crianza, escolaridad, relaciones sociodemográficas, actividad profesional; y aspectos filosóficos o religiosos. **Contribuciones teóricas:** El presente estudio presenta un instrumento que permite mapear características previas a la actividad emprendedora. **Contribuciones a la gestión:** Como aporte general, puede ser utilizado en políticas públicas enfocadas al estímulo del emprendimiento, así como ayudar a instituciones privadas para el apoyo al emprendimiento.

Palabras clave: Antecedentes. Emprendimiento. Emprendedor. Elevar. Modelo.

■ INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é visto como ascendente na mobilidade social e como inovação, crescimento econômico, criação de empregos e impulsionador da geração de bem-estar social. Nesse sentido, alguns programas de políticas públicas destinados a incentivar, manter e desenvolver atividades de empreendedorismo têm surgido em todo o mundo. Essas atividades, em vários casos, têm impactado a economia e o capital social em alguns países (Crowley & Barlow, 2022). No início do século 21, a pesquisa começou a se dirigir para a avaliação de empreendedores, mesmo que fossem abordados de forma sutil. No entanto, tais estudos visaram compreender quem são esses indivíduos, bem como como eles são formados. Com base em tal espectro de pesquisa, foi possível observar a publicação de pesquisas focadas em características pessoais, escolaridade, percurso profissional, histórico familiar, relacionamento com empresas em que trabalharam, ou mesmo em outros fatores (Ahn & Winters, 2022).

Pesquisas têm destacado consistentemente a importância do caráter para o bem pessoal e social ao longo dos anos e em todas as culturas. No entanto, pouco se sabe sobre como o background é importante para o empreendedorismo (Pirhadi et al., 2023). Os empreendedores não podem ser apresentados, como afirma o senso comum, como indivíduos que criam empresas. Assim, é preciso ampliar a forma de caracterizar os empreendedores para contemplar uma visão de mundo, segundo a qual os empreendedores são indivíduos que possuem uma empresa, mas que também a administram, prestam contas dela ou mesmo a representam. Gestores em cargos estratégicos também podem ser chamados de empreendedores, assim como todos aqueles que ajudam a organização a buscar inovação e oportunidades de mercado (Fernandes et al., 2020).

De acordo com esse cenário, é possível identificar alguns estudos que fundamentaram as características de formação dos empreendedores; no entanto, seus elementos foram abordados separadamente. Nesse sentido, observam-se aspectos como a família (Bocanegra et al., 2022), o local de nascimento e/ou criação (Dewitt et al., 2023), a escolaridade (Harlez & Malagueño, 2016) e a significação e experiência decorrentes da educação informal (Botelho et al., 2021; Uemura et al., 2023), experiências anteriores de trabalho de parto (Boca, 2014; Alonso-Almeida et al., 2015), informações sociodemográficas como idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, idioma e mobilidade (Diochon et al., 2005), tradições filosóficas e religiosas e valores culturais (Wang et al., 2012).

Embora os estudos apresentem características ou aspectos que influenciam a formação dos empreendedores, a literatura sobre empreendedorismo carece de modelos que reúnam diferentes características dos empreendedores e que possibilitem ter uma visão holística sobre os fatores que antecedem a construção social do sujeito empreendedor. Assim, o presente estudo teve como objetivo propor um modelo conceitual que reúna diferentes fatores que antecedem a formação do empreendedor, o chama-

do background empreendedor. Para tanto, foram elencados os seguintes objetivos: (i) revisar a literatura sobre características pessoais da formação empreendedora; (ii) debater com pesquisadores a aplicabilidade dos elementos que formam o modelo conceitual ao campo do empreendedorismo; e (iii) discutir com os empreendedores a aplicabilidade dos elementos que compõem o modelo conceitual proposto às atividades que desempenham.

O artigo está estruturado da seguinte forma: após essa breve introdução, apresentamos os aspectos metodológicos da pesquisa; posteriormente, descrevemos o desenvolvimento do modelo conceitual proposto que ocorreu por meio de um processo de três etapas. A quarta seção apresenta a etapa empírica do modelo proposto, que é seguida por discussões sobre o modelo e, por fim, pelas conclusões sobre a pesquisa.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A primeira etapa de pesquisa proativa, que apresentou natureza exploratória e bibliográfica, teve como objetivo realizar uma revisão sistemática da literatura sobre as características pessoais da formação dos empreendedores. Foram realizadas buscas nas bases de dados *Web of Science*, *Scopus* e *Science Direct* para a coleta de dados. Foram adotados os seguintes descritores: “*personal background*” and (*entrepreneur**) and “*personal background*” and (*innovat**). Os termos “*entrepreneur**” e “*Innovat**” foram adotados devido ao uso da língua inglesa, interesse pelos artigos que faziam parte do escopo da pesquisa; eles foram buscados a partir dos filtros *título*, *resumo* e *palavras-chave*. No total, foram identificados 64 artigos publicados entre 1991 e 2019.

Para desenvolver as categorias de análise a priori relacionadas à pesquisa, foram realizados estudos referentes a palavras-chave relacionadas à formação do empreendedor nos artigos coletados para a revisão sistemática da literatura. Nesse contexto, quatro categorias emergiram de quatro clusters dominantes: características pessoais, formação educacional, formação profissional e formação familiar. A Figura 1 fornece uma breve descrição desse estágio.

Figura 1.

Categorias de análise – Revisão sistemática da literatura

Categoria de análise	Descrição	Recorrência	Referências
Características pessoais	Artigos que consideram idade, gênero, nacionalidade, língua materna e número de filhos para descrever o histórico do empreendedor	14	Popelka et al. (1992), Diochon et al. (2005), Weng (2013), Alonso-Almeida et al. (2015)
Escolarização	Artigos que consideram a educação e seu significado para a formação de empreendedores	12	Diochon et al. (2005), Weng (2013), Boca (2014), Harlez e Malagueño (2016)
Experiência profissional	Artigos que consideram a posição ocupada pelos empreendedores em empresas anteriores, bem como o tempo trabalhado na empresa para descrever a trajetória dos empreendedores	10	Diochon et al. (2005), Wang et al. (2012), Weng (2013), Boca (2014), Harlez e Malagueño (2016)
Antecedentes familiares	Artigos que consideram a infância e as relações familiares para descrever a trajetória dos empreendedores	4	Westley (1992), Harlez e Malagueño (2016)

Como surge um empreendedor? Proposição de um modelo conceitual de análise do background de empreendedores

Em seguida, realizou-se entrevistas com pesquisadores na área de empreendedorismo. Os pesquisadores foram profissionais e acadêmicos desse domínio. Buscou-se observar se elementos de formação pessoal encontrados na literatura poderiam ser adotados para o modelo conceitual, e quais deles não corresponderiam ao objeto de pesquisa “empreendedor”, bem como quais seriam as características ainda a serem acrescentadas a esta série inicial. Realizou-se entrevistas em profundidade com sete profissionais, selecionando consultores empreendedores e professores da disciplina de empreendedorismo no Brasil que possuem publicações em periódicos relevantes na área. Foram realizadas buscas em diferentes bases de dados para identificar prováveis indicados para os participantes da pesquisa. Posteriormente, esses pesquisadores foram convidados por e-mail a participar da pesquisa. A Figura 2 apresenta uma breve caracterização dos sujeitos participantes desta etapa da pesquisa.

Figura 2.

Pesquisadores

Entrevistado	Formação
EXP1	Bacharel em Administração de Empresas, especialista em Gestão de Recursos Humanos, Mestre em Administração de Empresas e Doutor em Administração de Empresas.
EXP2	Bacharel em Administração de Empresas, Especialista em Promoção de Novas e Pequenas Empresas, Mestre em Administração de Empresas, Doutor em Administração de Empresas e Pós-Doutor em Empreendedorismo.
EXP3	Bacharel em Ciências Econômicas, Especialista em Gestão Empresarial, Mestre em Educação Ambiental e Doutor em Educação Ambiental.
EXP4	Bacharel em Ciências Contábeis e Mestre em Administração de Empresas.
EXP5	Bacharel em Administração de Empresas, Especialista em Gestão de Marketing, MBA em Liderança, Inovação e Gestão 3.0 e Mestre em Administração de Empresas.
EXP6	Bacharel em Administração de Empresas, Especialista em Cinema, Mestre em Administração de Empresas, Doutor em Estratégia.
EXP7	Bacharel em Psicologia, Especialista em Psicologia Preventiva, Especialista em Marketing, Mestre em Psicologia do Aconselhamento, Mestre em Psicologia Social, Doutor em Psicologia Social e Pós-Doutor em Ciências Sociais Aplicadas.

As entrevistas foram realizadas entre maio e junho de 2019, por meio de videoconferência; foram gravados em áudio após o consentimento dos entrevistados. Utilizou-se uma entrevista semiestruturada com roteiro com nove questões abertas (Anexo A) para avaliar os elementos identificados na literatura. Uma nova etapa de coleta de dados foi realizada após a participação dos pesquisadores; seguia o mesmo roteiro semiestruturado, mas, nesse momento, foi aplicado a empreendedores. Assim, foi possível concluir a avaliação realizada com os pesquisadores; a triangulação dos dados possibilitou a proposição do modelo conceitual da pesquisa. Esta etapa foi realizada por meio de um grupo focal com oito participantes; objetivou-se debater com profissionais do empreendedorismo a aplicabilidade de elementos do modelo conceitual que foram identificados na literatura e avaliados por pesquisadores. Um grupo focal tem como objetivo incentivar a fala de diferentes participantes, bem como observar as reações dos outros

Como surge um empreendedor? Proposição de um modelo conceitual de análise do background de empreendedores

a ele. Trata-se de um exercício de interação social que abre espaço para a construção de símbolos e significados em oposição à individualidade dos entrevistados (Bauer & Gaskell, 2008). Os grupos permitem o surgimento de interações mais complexas do que entrevistas em profundidade. Os participantes foram selecionados com base na disponibilidade de empreendedores que atuam no Rio Grande do Sul/Brasil, região em que esses pesquisadores estão inseridos. A Figura 3 apresenta o perfil dos participantes do grupo focal.

Figura 3.*Empreendedores – Grupo Focal*

Participante	Formação	Idade em que começou a empreender	Idade atual	Tipo de empresa atual	O empreendimento atual é o primeiro?
EGF1	Bacharel em Administração de Empresas	23 anos	24 anos	Escola primária	Sim
EGF2	Especialização em Engenharia de Produção	19 anos	20 anos	Empresa de marketing digital	Sim
EGF3	Bacharel em Economia	13 anos	36 anos	Loja de cosméticos	Sim
EGF4	Bacharel em Engenharia e Especialista em Gestão Empresarial	19 anos	60 anos	Loja de varejo de vitrines e vidros	Sim
EGF5	Bacharel em Sistemas de Informação	8 anos	24 anos	Empresa de facilitação de serviços online	Sim
EGF6	Bacharel em Fisioterapia e Especialista em Acupuntura	24 anos	32 anos	Empresa de saúde - fisioterapia	Sim
EGF7	Bacharel em Administração de Empresas e MBA em Gestão de Pessoas	20 anos	36 anos	Loja de varejo de roupas femininas, lingerie e produtos eróticos	Não
EGF8	Bacharel em Hotelaria e Especialista em Gestão de Negócios	13 anos	36 anos	Empresa de restaurantes, pubs e cervejarias	Não

A etapa final começou com entrevistas em profundidade com mais 12 empreendedores. O critério de seleção considerou a diversidade de empreendimentos e empreendimentos localizados no Rio Grande do Sul. As entrevistas foram gravadas em áudio, sendo posteriormente transcritas e analisadas por meio da análise de conteúdo. A Figura 4 apresenta o perfil dos participantes selecionados para esta fase do estudo.

Como surge um empreendedor? Proposição de um modelo conceitual de análise do background de empreendedores**Figura 4.***Empreendedores – Fase final*

Entrevistado	Formação	Idade em que começou a empreender	Idade atual	Tipo de empresa atual	O empreendimento atual é o primeiro?
ENT 1	Bacharel em Direito	24	25	Escritório de Advocacia	Sim
ENT 2	Mestranda em Administração; e Pós-graduado MBA em Gestão de Pessoas e Liderança	24	40	Gestão e tecnologia	Não
ENT 3	Mestrado em Linguística Aplicada	14	54	Escola de idiomas	Não
ENT 4	Técnico em Ciências Contábeis; Bacharel em Ciências Contábeis	23	48	Escritório de Contabilidade	Sim
ENT 5	Bacharel em Administração de Empresas	16	44	Treinamento e gestão de pessoas	Não
ENT 6	Tecnólogo em Sistemas para Internet	34	38	Sistemas de informação do hotel	Sim
ENT 7	Bacharel em Ciências Contábeis	46	48	Escritório de Contabilidade	Sim
ENT 8	Ensino médio	30	37	Gráfica	Sim
ENT 9	Tecnólogo em Processos de Gestão	21	45	Bar; barra	Não
ENT 10	Tecnólogo em Logística e Comércio Exterior; Bacharel em Economia	21	22	Consultor comercial	Sim
ENT 11	Técnico em Secretariado; Técnico em Gastronomia	29	32	Bolos e doces	Sim
ENT12	Mestrado em Administração de Empresas	26	41	Varejo	Sim

A análise dos dados em todas as etapas empíricas foi realizada por meio da análise de conteúdo, na perspectiva das categorias temáticas (apresentadas na Figura 1). As categorias temáticas foram elaboradas a partir do ajuste de categorias previamente estabelecidas por meio da revisão de literatura. A palavra *background*, em todas as categorias foi substituída pela palavra *aspectos* para abranger de forma geral a fala dos sujeitos. A categoria referente aos aspectos *'familiares'* foi mantida no modelo; a categoria *'escolaridade'* foi transformada em uma macrocategoria relacionada à *'educação'*; a experiência profissional foi ajustada para *'atividade profissional'*; as características pessoais foram subdivididas em duas categorias: *'local de nascimento e/ou criação'* e *'aspectos sociodemográficos'*; por fim, a categoria emergente *'fé ou religião'* foi inserida no modelo.

■ PROPOSTA PARA UM MODELO DE FUNDO EMPREENDEDOR

Entrevista com pesquisadores

Em um primeiro momento, dois aspectos foram recorrentes nas falas dos entrevistados: aspectos apontados para questões familiares, como ter empreendedores em casa, empresas familiares ou mesmo aspectos educacionais, seguidos por aspectos de características pessoais – também emergiram as competências dos empreendedores. É fundamental destacar que um dos entrevistados referiu as características pessoais como um fator que não interferiu na formação dos empreendedores, sendo que tal posicionamento foi diferente daquele assumido pelos demais participantes. Na sequência, destacaram-se aspectos da escolaridade ou educação informal nas falas dos entrevistados, bem como aspectos relacionados à formação profissional, além do networking com outros empreendedores.

Aspectos familiares: quando os pesquisadores falaram sobre como a família pode influenciar o histórico dos empreendedores. Para Kinias (2013), a receptividade à ideia de empreendedorismo e a decisão de seguir o processo empreendedor depende da família e, por isso, é muito comum que pessoas que cresceram em uma família com atividades empreendedoras continuem a tradição familiar, seja dando continuidade a um negócio ou iniciando um novo negócio. Da mesma forma, é comum que filhos de funcionários públicos ou privados sejam empurrados pelo ambiente familiar para uma carreira como empregado e enfrentem qualquer perspectiva empreendedora com medo. Esses aspectos podem ter influência positiva ou negativa. Além disso, a família pode influenciar, incentivar ou mesmo desencorajar a vontade dos adolescentes ou jovens de empreender. Por fim, conviver com empreendedores na família pode criar um ambiente aberto a conversas que podem levar ao empreendedorismo.

Entre as pessoas que conheci que queriam empreender, a maioria tinha em sua biografia um ambiente empreendedor em casa (EXP1).

A educação familiar pode influenciar na formação de uma visão mais tradicional dos negócios, porque a criação influencia a maneira como uma pessoa vê o mundo. (EXP4).

Os pesquisadores explicaram que conhecer empreendedores em grupos sociais e, mais especificamente, ter empreendedores e experiências de empreendedorismo na família são formas de inspirar ações pró empreendedorismo. Nesse sentido, explicam que ter pais empreendedores pode influenciar a vontade de seguir esse mesmo caminho. Eles também explicam que uma pessoa pode olhar para seus pais empreendedores e sentir vontade de abrir um negócio para tomar atitudes diferentes das de seus pais, ou, ainda, pode não sentir vontade de empreender um negócio, pois não quer seguir o estilo de vida de seus pais.

Local de nascimento e/ou criação: do empreendedor está associado à cultura local e ao desenvolvimento de um ambiente empreendedor na região geográfica em que o empreendedor cresceu e como esses fatores o influenciaram a empreender um negócio. Lee et al. (2004) introduzem a ideia de que o lugar onde uma pessoa nasceu ou cresceu influencia a formação do empreendedor.

Você pode imaginar se uma pessoa cresce no Vale do Silício, é muito improvável que escolha outro estilo de vida, porque lá você pode conhecer seus heróis e eles estão empreendendo, fazendo negócios. Enxergar, e ver modelos de sucesso, ter uma referência, dentro da cultura de trabalho local, tem muito impacto na decisão sobre uma carreira a ser tomada (EXP1).

Os pesquisadores acrescentaram informações de que ter um ambiente econômico mais desenvolvido também incentiva a vontade de empreender um negócio, mesmo que isso não aconteça por meio de produtos disruptivos, mas por meio de produtos comuns, embora apresentem alta qualidade e estejam acompanhando as necessidades da região. Além disso, aspectos associados ao contexto local, como o desemprego, podem influenciar os empreendedores. Por fim, é importante destacar o papel desempenhado pela disseminação de informações sobre empreendedorismo na cidade. De acordo com os pesquisadores, os empreendedores que conseguem negócios de sucesso estão no mainstream da mídia local e influenciam outros a buscarem essa alternativa em regiões com altos índices de desemprego.

Aspectos escolares: lidam com a educação como uma ferramenta para impulsionar o empreendedorismo, bem como projetos de educação para o empreendedorismo extraclasse. Paes et al. (2019) apresentam algumas variáveis como determinantes para a escolha do empreendedorismo pelas pessoas, como escolaridade, idade, personalidade e aversão ao risco, em que os níveis de capital humano são medidos de acordo com os anos de formação acadêmica ou profissional, tornando essas pessoas mais assertivas quanto ao reconhecimento e execução de projetos ou oportunidades, capacitando-as para serem empreendedores.

(...) A universidade pode ter algum impacto na maneira como os profissionais entenderão o ato de empreender um negócio. (...) as universidades, ou mesmo os professores que têm uma visão materialista marxista, veem o processo de empreender como capital sobrepondo-se à subjetividade das pessoas, e isso tem algum impacto sobre como abordar o empreendedorismo na sala de aula (EXP1)

A educação pode influenciar a formação de uma visão mais tradicional dos negócios porque a educação influencia a forma como as pessoas veem o mundo (EXP4).

As opiniões sobre o papel desempenhado pela educação formal na formação de um empreendedor divergem entre si. Pesquisadores que entendem a educação como uma ferramenta para impulsionar o empreendedorismo veem a educação formal como o caminho para mudar as condições

familiares ligadas ao empreendedorismo. Da mesma forma, com base nessa mesma linha de pensamento, os pesquisadores afirmam que é na faculdade que vários adolescentes se tornam mais maduros e se tornam adultos profissionais. Assim, neste ponto, a forma como certas ideias são transferidas para eles pode mudar sua maneira de pensar como empreendedores.

Por outro lado, alguns entrevistados colocam a educação na posição de um fator neutro, ou mesmo na de um fator negativo. De acordo com alguns pesquisadores, um dos objetivos do ensino de empreendedorismo está em elaborar um plano de ação. Portanto, ao usar esse plano, os alunos podem, de alguma forma, se sentir desanimados, porque entendem que empreender uma empresa pode ser bastante difícil. Além disso, pesquisadores deixam claro que as disciplinas de empreendedorismo nas universidades podem acabar tendo uma carga horária menor ou sendo ministradas por meio de educação a distância; dizem ainda que o ambiente nos cursos da área da gestão, em nível de graduação, leva à vontade de se tornar um empregado e que não incentiva os alunos a ações empreendedoras.

Eles também falaram sobre projetos de educação para o empreendedorismo extraclasse. Pesquisadores afirmaram que tais projetos desencadeiam a experiência empreendedora porque a colocam à frente dos aspectos teóricos dos conteúdos ministrados no curso. Conseqüentemente, essa experiência de provocação ajuda a desenvolver a ideia de administrar um negócio para facilitar o processo de incubação, entre outros fatores. Além disso, esses projetos ajudam a desenvolver a expertise de quem vai empreender um negócio, mas que não tem nenhuma formação gerencial, pois ensinam a usar algumas ferramentas gerenciais.

Aspectos sociodemográficos: foram abordados sob a perspectiva da idade, gênero e nacionalidade dos empreendedores e de como esses fatores afetam o contexto que os fundamenta. Para Diochon et al. (2005), antecedentes sociodemográficos como idade, gênero, origem étnica, nacionalidade, idioma e mobilidade, por exemplo, influenciam esse histórico. De forma complementar, Hadzic e Dinç (2016) sugerem que idade, gênero, educação e experiência profissional afetam a intenção empreendedora.

(...) a idade precoce tem em si uma predisposição para empreender porque as novas gerações nascem dentro de um novo cenário onde o sentido de trabalhar para outra pessoa como estilo de vida não é uma regra, elas podem ser empreendedoras e trabalhar para várias pessoas ao mesmo tempo (EXP6).

(...) as mulheres precisam de flexibilidade por causa de seu estilo de vida e isso leva à busca de atividades que as capacitem a administrar melhor seu tempo (EXP1).

(...) as mulheres empreendedoras têm uma dupla carga horária de trabalho / família; no entanto, as mulheres podem estabelecer bons relacionamentos, e isso ajuda no processo de se tornar uma empreendedora (EXP8).

Os entrevistados entendem que a idade tem algum impacto na formação dos empreendedores, seja quando se considera idades mais precoces ou mais avançadas. O gênero é visto como um elemento que afeta

a formação empreendedora, principalmente se a empreendedora for uma mulher que deve combinar suas rotinas familiares com o ato de empreender um negócio. Quanto à nacionalidade, os pesquisadores a compararam aos refugiados de guerra que chegam a outro país. Segundo eles, por não encontrarem emprego, acabam abrindo seus negócios para sobreviver, e isso leva ao empreendedorismo motivado pela necessidade.

Aspectos religiosos: abordaram percepções divergentes sobre prosperidade e acumulação decorrentes de crenças religiosas e como elas afetam o pano de fundo, ajudando a formar um empreendedor. Wang et al. (2012) apresentam a ideia de que o background empreendedor também é composto por tradições filosóficas, valores culturais e religiosos. Dornelas (2015) destaca o empreendedor nato, identificado como aquele que começa a trabalhar muito cedo e adquire habilidades de negociação e vendas, é visionário, otimista e cujas referências e exemplos vêm de valores familiares e religiosos.

Vários clientes que procuram serviços de consultoria afirmam ter aberto um negócio ou que querem fazê-lo porque a igreja os subsidiou com motivos para isso (EXP6).

(...) há uma rede de pessoas nas igrejas segundo a qual uma pessoa abre um negócio e tem um público para vender (EXP3).

Os pesquisadores entendem que a religião pode interferir na formação dos empreendedores. Havia a explicação recorrente de que a Igreja Católica difunde o sentido de empreendedorismo como lucro, como algo ligado a uma visão moral do mal que está ligada ao pecado. No entanto, essa visão muda nas igrejas protestantes, sejam elas evangélicas, luteranas ou neopentecostais. Segundo eles, é importante incentivar o senso de que o trabalho é bom e que não há problema em ter lucro. É importante afirmar que a questão sobre religião estava aberta, que não abordava uma religião em particular, mas os entrevistados abordavam apenas as religiões cristãs – essa observação justificou a falta de comentários sobre outras religiões, como o caso das de matriz africana e do budismo, por exemplo.

Atividade profissional antes do empreendedorismo: abordou o tipo de atividade desempenhada pelos empreendedores nas organizações antes de decidirem empreender um negócio. Assim, a forma como lidam com a atividade, o tempo gasto trabalhando e como trabalham podem influenciar a decisão de se tornar um empreendedor. Alonso-Almeida et al. (2015) argumentam que o background é influenciado pelo tipo de atividade das empresas anteriores, experiências de trabalho anteriores (tempo e atividades desenvolvidas), posição que essas pessoas ocuparam nesses empregos, e até mesmo pelo tipo e porte da empresa.

(...) quando começam a trabalhar de forma mais autônoma, junto com um empresário, discutem ações, intervenções, veem coisas acontecendo... essas pessoas dizem que não querem voltar para uma empresa, acham que é limitante fazer parte do quadro de funcionários (EXP1).

(...) ter participado de alguma experiência anterior facilita o pareamento com o perfil de um profissional no momento de incubar uma empresa (...) (EXP4).

Os pesquisadores tiveram algum consenso sobre a influência de atividades profissionais anteriores. Entendem que a experiência profissional anterior pode fazer com que uma pessoa perceba as barreiras que um cargo gerencial em uma empresa pode representar para os empreendedores e que pode, conseqüentemente, levar à decisão de empreender ou não um negócio.

Significação da formação: por sua vez, é atribuído pelos estudantes quando se trata do processo de formação e das contribuições de sua formação para a sociedade. Harlez e Malagueño (2016) mostraram que gestores com formação além da área de gestão, experiência prévia em sua área de atuação (a constituição de sua formação) por meio de experiências anteriores ou mesmo uma segunda formação, têm melhor desempenho em suas decisões estratégicas porque essa formação tem significado para o empreendedor. Com base nos pesquisadores, esse aspecto influencia a decisão de se tornar um empreendedor.

(...) ainda há muitos alunos que frequentam o curso de Ciências Contábeis e que buscam cargos públicos depois de formados. Isso acontece porque o aluno não tem uma espécie de processo de graduação holístico, apenas vê aspectos específicos de sua formação, e não exercita seu posicionamento em relação ao conhecimento que adquire (EXP5).

Ainda de acordo com os pesquisadores, os projetos pedagógicos dos cursos orientam os cursos na direção da formação de mão de obra para o mercado de trabalho, em vez de orientá-los para a formação de profissionais autônomos, fato que teria impacto nas ideias dos alunos que serão futuros profissionais. Assim, os pesquisadores afirmam que os alunos se inscrevem em seus cursos visando licitações públicas ou conseguir um emprego assim que se formarem. O significado que esses alunos dão à sua formação será diferente e pode ser influenciado por uma escolha negativa por ser um futuro empreendedor.

Grupo focal com empreendedores

A terceira etapa referiu-se à proposição do modelo conceitual, que se deu por meio de um grupo focal realizado com 12 empreendedores. Destacaram-se como principais resultados os seguintes aspectos:

Aspectos familiares: ENT8 mencionou que seu avô influenciou a cultura da família para o empreendedorismo. Ele relatou que, como seu avô tinha uma loja, ele costumava brincar para ajudar os clientes quando o visitava nas férias, e era muito divertido. Ele cresceu vendo o empreendedorismo como uma coisa muito comum – ele não via nenhuma predisposição negativa nisso. ENT1 entende que, embora tenha uma graduação em Negócios, foi a sua mãe quem deu o primeiro passo para empreender. Ela era a única com

experiência no negócio desde que era professora, e a ideia era ter uma escola de educação infantil.

Local de nascimento e/ou criação do empreendedor: ENT6 se formou em outro estado e começou a trabalhar porque seu marido conseguiu uma oportunidade de trabalho longe de sua cidade. ENT5 veio de outro estado também para cursar a faculdade no Rio Grande do Sul. Segundo ele, o fato de ter nascido em Minas Gerais e ter se mudado de um estado para outro não influenciou sua vontade de empreender, pois, como ele disse, era uma questão de vontade interior: se enxergar como empreendedor. ENT7 acrescenta a esse comentário dizendo que se ela dependesse de ser incentivada por sua cidade, ela não teria tomado a atitude de se tornar uma empreendedora, porque as pessoas em sua cidade falam mal disso, dizem que não vale a pena fazer um negócio lá.

Escolaridade: ENT5 mencionou que apresentava uma atitude empreendedora desde criança, aos 8 anos vendia doces na escola. No entanto, sua graduação em Sistemas de Informação também o influenciou, já que sua empresa atua no campo da facilitação com base em ferramentas digitais, como as redes sociais. Em suas próprias palavras, a faculdade influencia as questões de maturidade e networking, porque o que é ensinado não é profundo o suficiente, você só aprende praticando. A faculdade desempenha o papel de ajudar uma pessoa a ser mais madura do que ensinar.

A ENT2 não vê a escolaridade como uma ferramenta para impulsionar o empreendedorismo. Começou a estudar Fabricação Mecânica, e hoje estuda Engenharia de Produção. Ela é dona de uma empresa de marketing digital; No entanto, segundo ela, estudar produção trouxe consigo algumas ferramentas que a ajudaram a gerenciar sua empresa. ENT4, por sua vez, explica que, pelo fato de sua empresa trabalhar com questões técnicas reais, sua graduação em Engenharia pode ter ajudado a empresa, já que seus clientes também são engenheiros. Segundo ele, a educação formal nessa área facilita a fala técnica e ajuda a vender mais, embora não tenha influenciado sua decisão de se tornar um empreendedor.

Aspectos profissionais: ENT6 diz que nunca gostou de ser subordinada a ninguém, então era 'uma condição natural' para se tornar uma empreendedora. A ENT5 menciona que a ideia da empresa surgiu inicialmente como um caminho natural e informal, partiu da necessidade. A ENT6, por sua vez, explica que empreender um negócio era 'instintivo' porque ele precisava trabalhar e a maneira de fazê-lo era ter seu próprio espaço. A ENT7 concluiu dizendo que precisava de dinheiro para pagar a faculdade, o que a obrigou a tomar a decisão de se tornar uma empreendedora.

Aspectos pessoais: ENT4 e ENT8 declararam abertamente ser empreendedores porque nasceram nele. Eles também usaram expressões para dizer que sempre tiveram esse perfil empreendedor. ENT8 diz que seu primeiro empreendimento foi na infância, quando ganhou um casal de periquitos, começou a criá-los. Ele criou seu aviário e começou a vender as aves – tornou-se um negócio sustentável depois (foi entendido como atitude empreendedora desde a infância). O ENT4 concorda com os demais participantes sobre "ser" ou "nascer" empreendedor.

Os empreendedores perceberam como aspectos determinantes eram importantes para que eles se tornassem empreendedores em todo o grupo focal. Segundo eles, aspectos como parcerias familiares, incentivo de outro membro da família para abrir um negócio, incentivo de pais e parentes para empreender, ter um empreendedor na família e crescer vendo alguém próximo administrando um negócio, foram fatores que influenciaram sua escolha por se tornarem empreendedores. Mas, quando se trata de aspectos do local de nascimento e/ou criação, o grupo focal apontou os altos índices de desemprego na região, o que impacta na decisão de se tornar um empreendedor. Quanto aos aspectos da educação formal, a fala dos empreendedores destacou aspectos como as incubadoras universitárias, como as universidades são muito teóricas e pouco práticas, e como as universidades não dão o suporte necessário para o empreendedorismo, o networking dentro da universidade, o atendimento aos clientes em sua mesma área de atuação e os cursos voltados para instituições de apoio como o SEBRAE. Quando questionados sobre aspectos sociodemográficos, os empresários falaram apenas sobre a questão da mobilidade. A fala dos empresários sobre atividades profissionais anteriores destacou a importância de atuar por algum tempo no mesmo campo para abrir ainda mais um negócio. Por fim, os empresários falaram sobre os aspectos da fé, pois a consideram importante em momentos difíceis e em momentos de sofrimento emocional.

Modelo conceitual

Foi possível propor um modelo conceitual de pesquisa com base nas três etapas de pesquisa realizadas nesta pesquisa. De acordo com os resultados, a formação dos empreendedores é formada por:

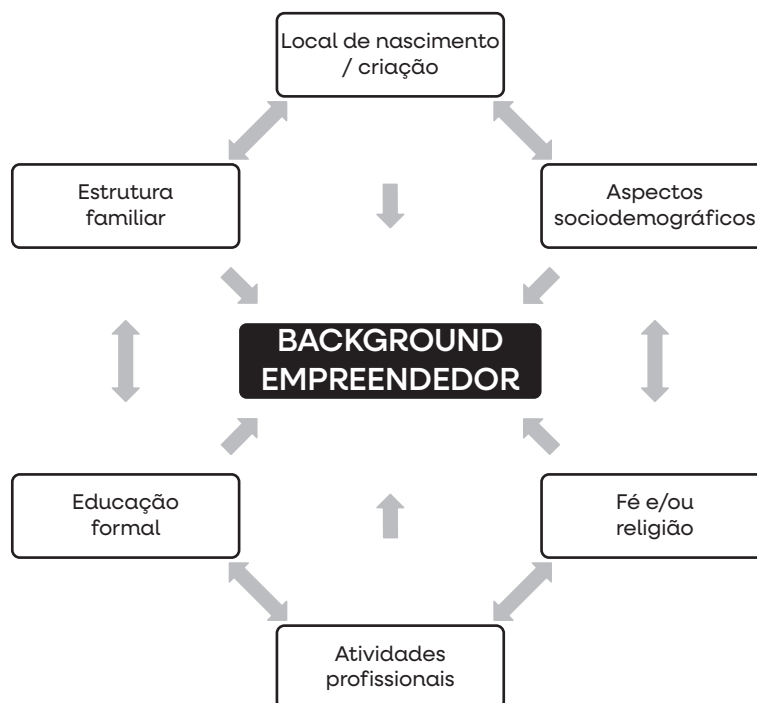
- a) **aspectos familiares:** estrutura familiar, como a pessoa foi criada; o fato de ter um empreendedor na família; e o incentivo e desânimo para se tornar um empreendedor;
- b) **Local de nascimento e/ou criação:** cultura local – se é propensa ou não ao empreendedorismo; oportunidades de emprego na região (taxas de desemprego); e aspectos legais, como barreiras ao empreendedorismo e elementos facilitadores;
- c) **aspectos da formação:** incentivo ao empreendedorismo desde a educação infantil, nas séries iniciais do ensino fundamental, no ensino fundamental e no ensino médio; ensino técnico, ensino superior, *graduação lato e stricto sensu*; e programas de educação empreendedora;
- d) **Aspectos sociodemográficos:** mobilidade e gênero;
- e) **Aspectos da atividade profissional:** ter trabalhado antes de se tornar um empreendedor; experiência com uma determinada atividade para se especializar nela; e experiência negativa com chefes; e, finalmente,
- f) **Aspectos de fé e/ou religiosos:** professar uma religião, acreditar na assessoria e ajuda de Deus para se tornar um empreendedor.

É importante destacar que, de acordo com os dados citados neste trabalho, os fatores que constituem a formação do empreendedor não influenciam apenas o surgimento do empreendedor, mas influenciam uns aos outros como uma vida de mão dupla. Como o local de nascimento influencia os aspectos sociodemográficos e a estrutura familiar, a estrutura familiar influenciará o

local de nascimento de um novo indivíduo, bem como os aspectos sociodemográficos. Da mesma forma, a atividade profissional é influenciada pela formação do indivíduo, a formação de uma pessoa é influenciada pelas experiências profissionais que ela tem, e assim por diante. Assim, o modelo proposto pode ser visto na Figura 5.

Figura 5.

Modelo teórico



■ DISCUSSÃO EMPÍRICA DO MODELO

Após a conclusão do modelo conceitual, testou-se empiricamente em uma quarta etapa confirmatória por meio de entrevistas em profundidade com empreendedores de diferentes formações, faixas etárias e setores de negócios. Em primeiro lugar, quanto aos **aspectos familiares**, os empreendedores mencionaram questões como incentivo dos pais, ter empreendedores na família, educação para assumir riscos, cultura familiar favorável ao empreendedorismo, ter pessoas incentivadoras na família – como parcerias, trabalhar com os pais, ser criança e brincar na loja dos pais, aprender a atividade dos pais. Esses pontos fortes psicológicos atendem aos achados de Lima et al. (2020). Segundo eles, o incentivo e a resiliência, além de outros elementos psicológicos, são essenciais para o sucesso dos empreendedores.

Ao atuar como funcionário, eu não teria autonomia para tomar decisões. Meu pai, avós e tios também eram empreendedores [...]. Quando eu era criança, íamos para a casa dos meus avós, ficávamos na empresa. Isso impulsionou nossa vontade de abrir um negócio (ENT2).

A família sempre lhe dá seu primeiro emprego. Até que você se prepare para sair e abrir sua própria empresa. Assim, na minha família, não havia sequer uma pessoa que tivesse tentado empreender um negócio que o tivesse abandonado mais tarde (ENT2).

Em relação ao **local de nascimento e/ou criação**, as falas dos empreendedores mostraram aspectos como o trabalho em rede, a estrutura da educação oferecida na cidade-mãe, a falta de oportunidades de trabalho na região (desemprego), a cultura da cidade em aceitar o novo e o ambiente empreendedor.

Eu não fiquei lá porque não combinava com os meus sonhos (ENT2).

[...] Mesmo que em momentos mais recentes a cidade esteja aberta para o empreendedorismo e para gerar inovação, ela ainda é um ambiente tóxico, uma vez que não abre portas para ações empreendedoras (ENT10).

[...] uma cidade bastante complicada para quem quer empreender, seja por questões legais ou culturais (ENT11).

As falas dos empresários sobre **aspectos escolares** e questões educacionais destacaram diferenças entre a docência em universidades privadas e públicas, projetos de educação empreendedora, busca pela graduação como suporte para uma atividade anteriormente exercida e estudos específicos sobre disciplinas de administração. Esses achados vão ao encontro de Marques et al. (2020), que concluíram que o campo do conhecimento, assim como as experiências anteriores, determina a atividade empreendedora e o nível de inovação dos estudantes universitários. Além disso, Garçon e Nassif (2020) foram além ao afirmar que os universitários brasileiros são bastante abertos ao empreendedorismo, principalmente ao empreendedorismo social.

[...] na cidade em que estudei existem duas Faculdades de Direito, uma é privada e a outra é pública e federal. Ter cursado uma universidade privada foi um diferencial porque tem uma visão voltada para o mercado, e não para a pesquisa. O perfil dessa universidade é mais empreendedor (ENT1).

Quando questionados sobre **aspectos sociodemográficos**, foi possível observar questões relacionadas especialmente ao gênero e à mobilidade.

Mudar de cidade pode [...] me impulsionaram desde que vi outras realidades onde parecia mais comum administrar um negócio e ter sucesso [...] (ENT2).

Foi mais fácil começar um negócio na área de Direito porque sou mulher. [...] Os clientes não querem ser atendidos por uma mulher, são até desrespeitosos, às vezes. Mas essa provocação funcionou como uma ferramenta de estímulo [...] (ENT1).

[...] Decidi ter um negócio porque sou mulher, tive filhos e eles exigiam tempo e um trabalho flexível, consegui por ser minha própria patroa (ENT11).

Posteriormente, os entrevistados mencionaram o seguinte sobre as **atividades profissionais** antes de se tornar um empreendedor: a experiência anterior os incentivou a testar sua autonomia, networking e limitações por falta de oportunidades de crescimento na empresa como uma ferramenta de impulso que tornará as coisas diferentes.

[...] A coragem de abrir uma empresa veio do fato de ter trabalhado em duas empresas do mesmo setor, mas em cidades diferentes... um funcionava de uma maneira e o outro funcionava de maneira diferente. Quando me mudei, comecei meu próprio negócio com base no que sabia (ENT8).

Finalmente, os discursos dos empresários sobre **fé e/ou aspectos religiosos** expressaram encorajamento por parte dos líderes espirituais, a vontade espiritual de tornar o mundo um lugar melhor, a fé de que Deus iluminou a decisão de iniciar um negócio e o momento para abrir uma empresa.

[...] foram as mãos de Deus, porque nos encontramos, conversamos e na hora certa tomamos uma decisão. [...] foi o momento em que Deus tomou a decisão. [...] foi Deus quem fez acontecer (ENT7).

■ CONFIRMAÇÃO DE CONSTRUTOS NO MODELO CONCEITUAL

Os construtos propostos no modelo conceitual foram confirmados pelas falas dos empreendedores entrevistados, seja por meio de grupos focais ou entrevistas individuais. No entanto, alguns desfechos previamente observados na literatura e apontados por pesquisadores não encontraram respaldo na etapa empírica, de modo que não puderam ser tomados como componentes de fundo empreendedor, como (i) escolaridade infantil, séries iniciais da escolaridade, ensino fundamental e ensino médio; (ii) *graduação lato e stricto sensu*; e (iii) experiência negativa com chefes anteriores.

Assim, apresentamos um instrumento que possibilita a empreendedores, consultores, recrutadores e agências de apoio ao empreendedorismo mapear características prévias à atividade empreendedora. Após a quarta etapa da pesquisa, que testou o modelo proposto empiricamente com 12 empreendedores, o resultado foi um modelo dividido em seis eixos: (a) Aspectos familiares, (b) Local de nascimento e/ou criação, (c) Aspectos da educação formal, (d) Aspectos sociodemográficos, (e) Aspectos da atividade profissional e (f) Aspectos da fé e/ou religião.

■ CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa e o modelo conceitual aqui proposto permitiram, de alguma forma, identificar grupos distintos de empreendedores com base em suas origens, conforme destacado a seguir:

1. Empreendedores que nascem em famílias cujos pais, avós e outros membros da família eram empreendedores acreditam no empreendedorismo como “seguir um legado”. Segundo eles, é natural seguir esse mesmo caminho, pois olham para trás e encontram esses indivíduos marcantes em suas histórias. Muitos desses indivíduos também encontram fé em seu ponto de partida, seja em seu relacionamento com Deus, com seus líderes religiosos ou mesmo com redes experimentadas em estruturas religiosas.
2. Um segundo tipo de empreendedor pode ser o de indivíduos que trabalharam em suas próprias empresas antigas; sejam eles colaboradores felizes e agradecidos, que apontam ter aprendido suas funções e aqueles que construíram sua expertise em um cenário anterior, mas que têm ousadia para dar o passo certo e abrir sua própria empresa após perder o emprego, mudar para outra cidade, entre outros fatores; Em outras palavras, são os funcionários infelizes e disruptivos que gostariam de administrar um negócio como esse de maneira diferente – são eles que reconstroem modelos, desenvolvem novas técnicas de gestão e conseguem uma nova posição no mesmo mercado ou em mercados semelhantes – desenvolvendo a mesma ideia de negócio ou mesmo uma diferente.
3. Por fim, existem os empreendedores disruptivos que iniciam ou reiniciam estruturas de negócios por meio da tecnologia. Eles veem lacunas no mercado que devem ser compreendidas e preenchidas, e usam coisas novas que nem foram imaginadas, até agora – sejam elas como mudança completa ou uma adaptação. Esses empreendedores se inserem ou até mesmo criam ambientes de negócios inovadores, podem ser eles que também buscam técnicas para aprimorar e desenvolver suas técnicas em programas de educação formal ou educação empreendedora para desenvolver seus conhecimentos.

O presente estudo contribuiu cientificamente para os estudos em Empreendedorismo, pois analisa, por meio de um processo reflexivo, o contexto histórico e emocional dos participantes da pesquisa. Nesse contexto, as crenças e valores dos participantes foram analisados a partir da perspectiva histórica construída e resgatada pelos empreendedores, por meio de suas histórias de vida, em um processo que antecede a abertura de suas próprias empresas. Também contribuiu para a literatura ao propor um modelo empírico para identificar a formação de empreendedores. Por fim, como contribuição da gestão, otimizou o uso das funcionalidades listadas, testadas e confirmadas no modelo conceitual. Eles podem ser usados como uma ferramenta para organizações que apoiam o empreendedorismo, bem como para avaliadores de incubadoras e empresas juniores, pois podem ajudá-los em seus treinamentos e até mesmo em processos seletivos. Além disso, como contribuição geral, pode ser utilizado em políticas públicas voltadas para o incentivo ao empreendedorismo, bem como auxiliar instituições privadas no apoio ao empreendedorismo.

Entre as limitações do estudo está a forma como os pesquisadores e empreendedores foram selecionados, pois foram selecionados com base na proximidade e nas recomendações dos próprios empreendedores. Uma segunda limitação surge quando se consideram profissionais pesquisadores aqueles com publicações científicas e pós-graduação em Empreendedorismo. Nesse contexto, a especialidade está na publicação e formação científica e não na trajetória empreendedora. Nesse contexto, outros pes-

quisadores no assunto podem não ter sido incluídos nesta pesquisa. Por fim, uma terceira limitação da pesquisa reside na ausência de elementos que a literatura aponta como inerentes ao empreendedorismo, como acesso a recursos, condições de mercado, ambiente econômico, redes de mentoria e aspectos legais. Embora a literatura indique que esses elementos representam o contexto em que o empreendedorismo emerge, o modelo proposto busca compreender a visão dos empreendedores sobre os elementos que afetaram sua decisão de empreender, e citaram os elementos do modelo. Nesse contexto, justifica-se a necessidade de ampliar a literatura citada no início do texto.

Novos estudos poderiam se concentrar em discutir cada construto proposto no modelo, a partir de um número maior de empreendedores, seja por meio de estudos qualitativos, entrevistas, ou mesmo por meio de pesquisas quantitativas baseadas em questionários para melhor compreender as associações entre os construtos do modelo e outras características básicas do Empreendedorismo. Além disso, a pesquisa pode ser expandida globalmente, entrevistando pesquisadores de diferentes países e culturas.



REFERÊNCIAS

- Ahn, K., & Winters, J. V. (2023). Does education enhance entrepreneurship? *Small Business Economics*, 61(2), 717-743. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00701-x>
- Alonso-Almeida, M. D. M., Perramon, J., & Bagur, L. (2015). Women managers and corporate social responsibility (CSR) in Spain: Perceptions and drivers. *Women's Studies International Forum*, 50(1), 47-56. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.02.007>
- Bauer, M. W., Gaskell, G. (2008). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. (7. ed.). São Paulo: Editora Vozes Limitada.
- Boca, D. G. (2014). Modeling the Future Entrepreneurship. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 109(1), 427-431. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.485>
- Bocanegra, A. L., Fernández, J. G., Ruiz, P. G., Puyana, M. G., & Millán, M. R. B. G. (2022). Does background matter? Analysis of the influence of sex, socioeconomic status and the existence of an entrepreneurial family member as a precursor to entrepreneurship in university students of Sport Sciences. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100394>
- Botelho, T., Harrison, R., & Mason, C. (2023). Business angel investment as an informal learning process: Does experience matter?. *British Journal of Management*, 34(1), 321-342. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12583>
- Crowley, F., & Barlow, P. (2022). Entrepreneurship and social capital: a multi-level analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 492-519. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2021-0868>
- Dewitt, S., Sadeghi, V. J., Sukumar, A., Nagaraju, R. A., Sadraei, R., & Li, F. (2023). Family dynamics and relationships in female entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Family Business Management*, 13(3), 626-644. <https://doi.org/10.1108/JFBM-01-2022-0013>
- Diochon, M., Menzies, T. V., & Gasse, Y. (2005) Canadian Nascent Entrepreneurs' Start-up Efforts: Outcomes and Individual Influences on Sustainability, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 18(1), 53-74. <https://doi.org/10.1080/08276331.2005.10593332>
- Dornelas, J. C. A. (2015). *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso* (3ª ed.). Rio de Janeiro: LTC.

- Fernandes, N. P.; D'ávila, L. C.; Cruz, A. P. C. & Pereira Junior, E. F. Z. (2020). Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 7(3), 26-62. <http://dx.doi.org/10.18226/23190639.v7n3.02>
- Garçon, M. M. & Nassif, V. M. J. (2021) Entrepreneurship in social: Brazilian university studentstoward a career with purpose. *RAUSP Management Journal*, 56(3), 366-381. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-10-2020-0248>
- Hadžić, M., & Dinç, S. M. (2016). The relationship among personal background, personality traits, environmental factors and entrepreneurial intention of women in northern Montenegro. *Proceedings Book*, 27.
- Harlez, Y., & Malagueño, R. (2016). Examining the joint effects of strategic priorities, use of management control systems, and personal background on hospital performance. *Management Accounting Research*, 30(1), 2-17. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2015.07.001>
- Kinias, I. G. (2013). The Importance of the Entrepreneurial Background in the Detection and the Utilization of the Information. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 73(1), 564-572. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.02.092>
- Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891.
- Lima, L. G. de, Nassif, V. M. J., & Garçon, M. M. (2020). O Poder do Capital Psicológico: A Força das Crenças no Comportamento Empreendedor. *Revista De Administração Contemporânea*, 24(4), 317-334. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020180226>
- Marques, N., Sbragia, R., Oliveira Junior, M., & Borini, F. (2020). Entrepreneur's background and product innovation. *Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 18(2), 153-169. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-11-2018-0878>
- Paes, N. N., Camargo Neto, R. P., Moraes, I. S., & Menezes, G. R. (2019). Determinantes do empreendedorismo no Rio Grande do Sul. *SINERGIA - Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis*, 23(2), 59-68. <https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v23n2-8738>
- Pereira Junior, E. F. Z. (2020). *Background do empreendedor: proposta e validação de um modelo*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande). https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FURG_018097a56513bed76718d8b867bec56b
- Pirhadi, H., Soleimanof, S., & Feyzbakhsh, A. (2023). Unpacking entrepreneurial alertness: How character matters for entrepreneurial thinking. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 155-186.

- Popelka, C. A., Fanslow, A. M., & Littrell, M. A. (1992). Profiles of success: Mexican textile handcraft entrepreneurs and their businesses. *Home Economics Research Journal*, 20(1), 235-253. <https://doi.org/10.1177/1077727X9202000401>
- Schumpeter, J. A. (1934) *Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Uemura, M. R. B., Vasconcellos, L., & Silva, L. H. D. (2023). Educação Empreendedora na Educação Básica: uma revisão sistemática da literatura. *Revista de Ciências da Administração*, 25(65), 1-22. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2023.e86177>
- Wang, C. L., Tee, D. D., & Ahmed, P. K. (2012). Entrepreneurial leadership and context in Chinese firms: A tale of two Chinese private enterprises. *Asia Pacific Business Review*, 18(4), 505-530. <https://doi.org/10.1080/13602381.2012.690257>
- Weng Y. H., Kuo K. N., Yang C. Y., Lo H. L., Chen C., Chiu Y. W. (2013) Implementation of evidence-based practice across medical, nursing, pharmacological and allied healthcare professionals: a questionnaire survey in nationwide hospital settings. *Implement Sci.* 8(1) 1-10. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-8-112>
- Westley, F. (1991). Bob Geldof and Live Aid: The Affective Side of Global Social Innovation. *Human Relations*, 44(10), 1011-1036. <https://doi.org/10.1177/001872679104401001>



▲ APENDICE A

Roteiro semiestruturado – Estágio de proposição

1. Como você acha que a história pessoal ou o histórico influenciam na escolha de ser um empreendedor ou na maneira como esses indivíduos se comportam como um?
2. No geral, qual é o histórico de formação de um empreendedor?
3. Quais são os aspectos familiares que provavelmente influenciam a constituição de um empreendedor?
4. Na sua opinião, como o local de nascimento ou residência influencia na formação de um empreendedor?
5. Como a escolaridade influencia a formação de empreendedores?
6. Como as origens demográficas, como idade, gênero e origem étnica, podem influenciar a formação dos empreendedores?
7. Como as formações culturais, filosóficas e religiosas podem influenciar a formação dos empreendedores?
8. Na sua opinião, como as experiências laborais passadas, como cargo, tempo e atividade desempenhada, podem influenciar a forma como os empreendedores são formados?
9. Como a produção de sentidos pelos empreendedores sobre a escolaridade e a formação profissional interfere na forma como esses mesmos empreendedores são formados?



NOTAS

Licença de Uso

Os autores cedem à **Revista de Ciências da Administração** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a **Licença Creative Commons Attribution (CC BY) 4.0 International**. Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

Editora

Universidade Federal de Santa Catarina. Departamento de Ciências da Administração. Publicação no **Portal de Periódicos UFSC**. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

Editores

- Rosalia Aldraci Barbosa Lavarda
- Leandro Dorneles dos Santos

Histórico

Recebido em:	01-12-2023
Aprovado em:	27-11-2024
Publicado em:	22-04-2025