

A DINÂMICA DAS MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS: UMA INVESTIGAÇÃO RETROSPECTIVA

THE DYNAMICS OF ENTREPRENEURIAL MOTIVATIONS: MAKING USE OF RETROSPECTIVE RESEARCH

*Victor Silva Corrêa**

Doutorando e mestre em Administração, especialista em Marketing e graduado em Comunicação Social - Jornalismo e Relações Públicas - pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. E-mail: correavictor@oi.com.br

Gláucia Maria Vasconcellos Vale

Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). Professora do Departamento de Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Católica de Minas Gerais - Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. E-mail: galvale@terra.com.br

RESUMO

Este artigo, resultado de reflexão teórica e de pesquisa empírica, investiga a dinâmica entre dois fatores considerados, atualmente, indutores da atividade empreendedora: necessidade e oportunidade. Sua base teórica advém da literatura sobre as motivações empreendedoras. Suas evidências empíricas derivam de uma pesquisa de campo de natureza qualitativa, realizada junto a dois empreendedores bem-sucedidos provenientes de camadas socioeconômicas vulneráveis e localizados no município de Belo Horizonte. Observa-se que tal metodologia, que contou com dados longitudinais derivados da investigação retrospectiva, mostrou-se particularmente útil para a análise do fenômeno. Os resultados sugerem: i.) que o fator indutor original parece não condicionar o desempenho dos indivíduos e de seus empreendimentos; ii.) a ocorrência, ao longo do tempo, de justaposição e de complementaridade entre ambas as motivações. O artigo contribui para melhor compreensão de certas dimensões do empreendedorismo, além de demonstrar a utilidade de uma metodologia ainda pouco explorada para investigações do fenômeno analisado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Necessidade; Oportunidade; Dados Longitudinais; Baixa Renda.

ABSTRACT

This article is the result of theoretical reflections and empirical research and investigates the dynamics between two factors that are currently considered inductors of entrepreneurial activity: necessity and opportunity, on the other. Its theoretical basis stems from the literature available on entrepreneurial motivations. Its empirical evidence derives from a qualitative field survey carried out with two successful entrepreneurs who rose from lower socio-economic backgrounds and who live in the County of Belo Horizonte. The results obtained suggest that: i.) the original inductor factor seems to neither impose limitations nor condition the performance of either the individuals involved or their ventures; ii.) as time goes by, there is juxtaposition and complementarity between both motivations. This article contributes towards a better understanding of certain entrepreneurship dimensions, while also demonstrating the usefulness of a methodology that has been less explored in order to investigate the phenomenon that was analyzed.

Keywords: Entrepreneurship; Necessity; Opportunity; Longitudinal Data; Low-Income.

Data de submissão: 06 de março de 2013.

Data de aprovação: 27 de novembro de 2013.

INTRODUÇÃO

A literatura que investiga a dinâmica das motivações empreendedoras passou, sobretudo a partir da década de 1980 (SHAPERO; SOKOL, 1982), a compor um campo de pesquisas sobre empreendedorismo, desaguando, atualmente, em diferentes trabalhos (ver, por exemplo: WILLIAMS, 2008; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2008; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2009; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2011; KAUTONEN; PALMROOS, 2009; LLISTERRI et al., 2006; BLOCK; WAGNER, 2010). Embora tal temática tenha sido abordada em investigações prévias, inclusive no Brasil, parte do interesse mais recente deriva das pesquisas originárias do Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Prevalece, neste contexto, a noção de que os indivíduos se lançam à atividade empreendedora movidos, essencialmente, por duas motivações consideradas, à primeira vista, antagônicas: oportunidade ou necessidade (AMIT; MULLER, 1995; BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005; BLOCK; WAGNER, 2010; BRUNEAU; MACHADO, 2006; BULGACOV et al., 2011; DYER; GIBB, 1994; FIORIN; MELLO; MACHADO, 2010; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2002; MEZA et al., 2008; SHAPERO; SOKOL, 1982; VALLIERE, 2010). Tal proposição suscita, no contexto das pesquisas sobre as motivações empreendedoras, diferentes indagações. Uma delas, de particular interesse para o presente trabalho, procura investigar a dinâmica e influência de ambos os fatores na trajetória de empreendedores bem-sucedidos, originários de camadas socioeconômicas menos favorecidas.

Uma das vertentes da literatura sobre as motivações empreendedoras procura investigar a interação entre os fatores necessidade e oportunidade durante o processo que influencia o engajamento inicial dos indivíduos na atividade empreendedora (WILLIAMS; ROUND, 2009; SMALLBONE; WELTER, 2001). Williams e Round (2009), por exemplo, avançam nas proposições do GEM ao salientarem a associação e copresença de ambos os indutores neste processo. Smallbone e Welter (2001), por sua vez, enfatizam a natureza alternada das motivações empreendedoras. No entanto, não há na literatura preocupação em investigar, em particular, a repercussão dos fatores necessidade e oportunidade – incluindo-se aí suas possíveis influências e alternâncias – durante o engajamento e evolução de empreendedores provenientes de segmentos sociais desfavorecidos. Nem, tampouco, de fundamentar tais análises em coletas retrospectivas de dados longitudinais, que possibilitem a compreensão das diferentes fases dos empreendimentos.

Ao mesmo tempo, observa-se uma lacuna na literatura nacional. Em levantamento realizado junto ao Portal de Periódico da CAPES, não foram encontrados trabalhos que associassem reflexões derivadas da literatura sobre as motivações empreendedoras, por um lado, e estudos sobre empreendedores originários de segmentos vulneráveis, por outro. Além disso, raras pesquisas brasileiras buscaram avançar na dicotomia ainda hoje presente entre necessidade e oportunidade (Ver, por exemplo: BERNARDI, 2003; CARVALHO, 1999, 2004; CARVALHO; GONZÁLEZ, 2006; DORNELAS, 2007; GUEDES, 2009; JONATHAN; SILVA, 2007; LIMA-FILHO; SPROESSER; MARTINS, 2009; MACHADO et al., 2003; VICENZI; BULGACOV, 2013). Com efeito, segundo Williams e Round (2009), poucos são os estudos que discutem esta tendência no contexto dos países emergentes. Os autores salientam a raridade dos trabalhos que ultrapassam “a representação de empreendedores como universalmente orientados por necessidade ou por oportunidade” (WILLIAMS; ROUND, 2009, p. 97). O presente trabalho insere-se justamente neste contexto, buscando preencher parte

desta lacuna de pesquisa. Salienta-se que tal temática reveste-se de importância particular, sobretudo, no contexto brasileiro.

A população brasileira é considerada uma das mais empreendedoras do mundo, segundo pesquisa realizada com 69 países (GEM, 2012). Sua taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA) é de 15,14%, uma das maiores já registradas desde que a pesquisa começou a ser realizada no país, no ano 2000. Isso significa que a cada 100 brasileiros, 15 realizam alguma atividade empreendedora. Por outro lado, a distribuição de renda da população é, ainda hoje, caracterizada por altas taxas de desigualdades. Segundo dados do IBGE relativos ao ano de 2012, mais de 80% dos brasileiros, ou seja, cerca de 159 milhões de pessoas, sobrevivem com até três salários mínimos por mês.

Nesse segmento, o empreendedorismo ou o autoemprego apresenta-se, muitas vezes, como opção ao desemprego ou ao trabalho precário. Empreendedores provenientes de segmentos socioeconômicos desfavorecidos, movidos, sobretudo, por fatores associados à necessidade de sobrevivência, estariam imersos em ambientes pouco propícios ao desenvolvimento do empreendedorismo (ACS, 2006; LLISTERRI et al., 2006). De acordo com Acs e Kallas (2007), quando pessoas de segmentos socioeconômicos mais vulneráveis decidem abrir “seu próprio negócio sem as qualificações necessárias, como educação, capital financeiro e contatos sociais, em muitos casos, fracassam” (ACS; KALLAS, 2007, p. 22).

Com efeito, tais empreendedores podem prescindir de alguns recursos considerados importantes ao sucesso empresarial, como reservas financeiras, informações adequadas, habilidades gerenciais, capital humano, entre outros (BHOLA et al., 2006; MIZUMOTO et al., 2008; JIAO; YU CUI, 2010; CHRYSOSTOME, 2010). No entanto, evidências empíricas sugerem que muitos empreendedores originários de segmentos socioeconômicos vulneráveis e inicialmente movidos por necessidade conseguem criar empreendimentos sólidos e bem-sucedidos.

O presente trabalho apresenta diferentes tipos de contribuições. No campo analítico, espera-se contribuir ao ampliar as reflexões sobre as motivações empreendedoras, ajudando a romper a dicotomia ainda hoje presente entre necessidade e oportunidade. Ao mesmo tempo, espera-se colaborar para melhor compreensão sobre os aspectos e fatores envolvidos no desenvolvimento de empreendedores provenientes de camadas sociais vulneráveis. No campo metodológico, espera-se demonstrar a importância da utilização de recursos derivados da investigação transversal de natureza retrospectiva para a observação do fenômeno de interesse. No plano das contribuições práticas, enfatiza-se a necessidade de incorporar a temática das motivações nos programas de iniciação empreendedora. Ao mesmo tempo, espera-se gerar possíveis subsídios capazes de contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo. Finalmente, almeja-se que o estudo possa gerar novos desdobramentos, capazes de ampliar o escopo de observações, neste momento centradas em dois casos.

O presente artigo está estruturado como segue. Na primeira parte, apresenta o referencial teórico, que enfoca a dicotomia entre empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade, concluindo com uma reflexão sobre as possibilidades de interações e de motivações cruzadas entre os dois fatores ao longo da evolução dos empreendimentos. Os reflexos dessas associações têm sido, nos últimos anos, ressaltados por alguns autores, embora pouco explorados no contexto particular do Brasil (WAGNER, 2005; NETO, 2008; GEM, 2008; GEM, 2009; SMALLBONE; WELTER, 2001; ORHAN; SCOTT, 2001; AIDIS et al., 2007; WILLIAMS, 2008; WILLIAMS; ROUND, 2009). A segunda parte apresenta a metodologia e os

resultados da investigação. Destaca-se aí utilização dos recursos derivados da investigação de natureza retrospectiva, praticamente inexplorados para análises de empreendedores bem-sucedidos, oriundos de camadas sociais menos favorecidas. Finalmente, a conclusão resgata e consolida os resultados, e tece considerações de interesse para futuras pesquisas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE VERSUS EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE

A vertente que investiga a dualidade das motivações empreendedoras entre oportunidade e necessidade não mereceu reflexão mais estruturada até estudos recentes. Foi a partir dos trabalhos de Bögenhold (1987) e de GEM (2002) que as reflexões sobre o tema ganharam importantes contribuições (WILLIAMS, 2008; WILLIAMS; ROUND; RODGERS, 2009). Neles, os indivíduos engajam-se nas atividades empreendedoras movidos, essencialmente, por duas razões consideradas, a princípio, dicotômicas e mutuamente excludentes: necessidade ou oportunidade (DYER; GIBB, 1994; AMIT; MULLER, 1995; GEM, 2002; BLOCK; WAGNER, 2010).

Empreendedores por necessidade são definidos como indivíduos que se engajam nas atividades autônomas porque as opções para trabalho são ausentes ou insatisfatórias (AMIT; MULLER, 1995; BLOCK; WAGNER, 2010; CHRYSOSTOME, 2010; GEM, 2008; KAUTONEN; PALMROOS, 2009; LLISTERRI et al., 2006; HUMBERT; DREW, 2010; VICENZI; BULGACOV, 2013). Já os empreendedores por oportunidade, por sua vez, buscam criar empresas motivados pela percepção de uma oportunidade potencial de mercado, e convencidos de que poderão ser bem-sucedidos em seu empreendimento (AMIT; MULLER, 1995; BYGRAVE, 1997; CHOI; LÉVESQUE; SHEPHERD, 2008; GEM, 2008; GEM, 2009; SINGH; HILLS; LUMPKIN, 2001; CHRYSOSTOME, 2010; BLOCK; WAGNER, 2010; HUMBERT; DREW, 2010). De acordo com o GEM (2002), é possível associar as motivações de mais de 97% dos empreendedores em uma destas duas categorias.

Embora estudos recentes ainda sustentem a classificação das motivações empreendedoras na dicotomia entre necessidade e oportunidade – devido, por exemplo, às características socioeconômicas e psicológicas que aparentam diferenciar os integrantes de ambos os grupos (BLOCK; WAGNER, 2010; MIAO; LIU, 2010) – outras pesquisas, contudo, vêm salientando a natureza de um argumento complementar. A de que o engajamento inicial dos indivíduos no empreendedorismo pode, talvez, ser o resultado da combinação destas duas motivações (STOREY, 1994; ORHAN; SCOTT, 2001; WILLIAMS, 2008; AIDIS et al., 2007; SMALLBONE; WELTER, 2001; WILLIAMS, 2008; WILLIAMS; ROUND, 2009).

Uma pesquisa conduzida por Willian e Round (2009) contribui para ampliar esta linha de raciocínio. Realizada entre o final de 2005 e início de 2006 com 81 empreendedores da cidade de Moscou, ela evidenciou a existência de representativa sobreposição entre as motivações que induziram os indivíduos ao empreendedorismo, conforme pode ser conferido, em detalhes, na Tabela 1, apresentada a seguir.

Tabela 1 - Motivações empreendedoras para a abertura de um negócio

Motivos	%
Somente necessidade	12
Maior parte necessidade, mas também oportunidade	60
Maior parte oportunidade, mas também necessidade	23
Somente oportunidade	5
Total	100

Fonte: Adaptado de Williams e Round (2009).

Note como apenas 17% dos respondentes empreendedores alegaram a necessidade ou a oportunidade como a motivação exclusiva para a abertura de seus negócios. A maioria, 83%, no entanto, relatou a existência de ambos os fatores entre as razões que os impulsionaram no engajamento inicial ao empreendedorismo. Tal reflexão projeta luzes para “a necessidade [de] esse dualismo que apresenta empreendedores como guiados por necessidade ou por oportunidade ser transcendido e substituído por uma nuance mais compreensiva do rico e dinâmico motivo envolvido nas decisões” (WILLIAMS, 2008, p. 211).

Outras reflexões salientam, ainda, a natureza alternada e temporal das motivações empreendedoras (STOREY, 1994; SMALLBONE; WELTER, 2001; AIDIS et al., 2007; WILLIAMS, 2008; WILLIAMS; ROUND, 2009; WILLIAMS et al., 2009). Nesta vertente de raciocínio, defendem os autores, um empreendedor que se engajou na atividade autônoma inicialmente influenciado por fatores maiormente associados à necessidade de sobrevivência, pode, em etapa posterior de seu empreendimento, identificar oportunidades capazes de, possivelmente, projetá-lo no mundo dos negócios, e vice-versa (HENREKSON, 2005; WILLIAMS; ROUND, 2009). É o que Williams e Round (2009) cunharam de Fluidez Temporal, termo que introduz a noção de que as motivações empreendedores podem ser alternar ao longo do tempo.

O Quadro 1 resgata e consolida as principais proposições teóricas e os seus respectivos autores de interesse.

Quadro 1 - Proposições teóricas sobre motivações empreendedoras

Proposições teóricas	Autores de interesse
Empreendedores são movidos, exclusivamente, por oportunidade ou por necessidade;	(AMIT; MULLER, 1995; BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005; BLOCK; WAGNER, 2010; BULGACOV <i>et al.</i> , 2011; DYER; GIBB, 1994; FIORIN; MELLO; MACHADO, 2010; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2002; MEZA <i>et al.</i> , 2008; SHAPERO; SOKOL, 1982; VALLIERE, 2010)
Empreendedores por oportunidade são indivíduos motivados pela percepção de novo nicho potencial de mercado. Tais empreendedores estão associados com a identificação e a exploração de oportunidades.	(BYGRAVE, 1997; CHOI; LÉVESQUE; SHEPHERD, 2008; GEM, 2009; LLISTERRU <i>et al.</i> , 2006; PASSOS <i>et al.</i> , 2008; SINGH; HILLS; LUMPKIN, 2001., 2001.)
Empreendedores por necessidade são indivíduos movidos para a atividade autônoma dada a inexistência ou insatisfação com outras formas possíveis de ganhar a vida.	(GEM, 2009; KAUTONEN; PALMROOS, 2009; LLISTERRU <i>et al.</i> , 2006; PASSOS <i>et al.</i> , 2008)
Empreendedores, no começo de seus negócios, podem ser movidos não apenas por necessidade ou por oportunidade, mas, talvez, pela simultânea e fluida combinação entre os dois fatores.	(AIDIS <i>et al.</i> , 2007; SMALLBONE e WELTER, 2004; STOREY, 1994; WILLIAMS, 2008; WILLIAMS; ROUND, 2009; ROUND; RODGERS, 2009)
Os motivos empreendedores pode se alternar ao longo do tempo; Um empreendedor que engajou-se na atividade autônoma inicialmente influenciado por fatores maiormente associados à necessidade de sobrevivência, pode, em etapa posterior do empreendimento, identificar novas oportunidades de negócios, e vice-versa.	(STOREY, 1994; SMALLBONE; WELTER, 2001; AIDIS <i>et al.</i> , 2007; HENREKSON, 2005; KAUTONEN; PALMOROOS, 2009; WILLIAMS; ROUND, 2009; WILLIAMS <i>et al.</i> , 2009)

Fonte: dados da pesquisa

Eventualmente, diferenças nas motivações indutoras poderiam ser reflexos de distinções em atributos considerados essenciais ao desempenho individual (BLOCK; SANDER, 2009; BLOCK; WAGNER, 2010; KAUTONEN; PALMROOS, 2010). Miao e Liu (2010), em investigação conduzida com 327 empreendedores, por exemplo, identificaram uma associação entre fatores psicológicos e capacidade de reconhecer oportunidades de negócios, em que indivíduos atentos ao mercado e dotados de conhecimentos prévios teriam, comparativamente, maior aptidão para visualizarem e explorarem novas oportunidades.

Na mesma linha de raciocínio, encontram-se Mello et al. (2006). Os autores chamam a atenção para o argumento de que alguns indivíduos possuem a capacidade distintiva de estarem mais atentos a nichos inexplorados de mercados. Com isso, conseguem vantagens peculiares sobre os demais no reconhecimento e na exploração de oportunidades empreendedoras. Note como a capacidade de determinados indivíduos em identificar e empreender oportunidades pode estar associada à combinação de seus distintos atributos de natureza pessoal, profissional e social. Diferentes autores vêm, nos últimos anos, projetando luzes para as vertentes destas reflexões, incorporando amplo conjunto de estudos que buscam enfatizar requisitos

eventualmente considerados importantes para a identificação de oportunidades e para o desempenho empreendedor.

Inserem-se, nesta linha de raciocínio, pesquisas associadas a fatores como o desejo de independência pessoal (BLOCK; SANDER, 2009; GEM, 2008; GUEDES, 2009; KINKWOOD; WALTON, 2010; HUMBERT; DREW, 2010), acesso a recursos disponíveis nas redes sociais em que se encontram imersos (GRANOVETTER, 1983, LARSON; STAR, 1993; HITE, 2003, 2005; KOBIA; SIKALIEH, 2010), necessidade de autorrealização (MCCLELLAND, 1972), inteligência, habilidades cognitivas, capital humano (SARASVATHY; HERBERT; LESTER, 1998; BLOCK; SANDER, 2009; KAUANUI et al., 2010; ZAMPETAKIS; KANELAKIS, 2010; KOBIA; SIKALIEH, 2010), capacidade de executar as próprias ideias (BLOCK; SANDER, 2009; KAUTONEN; PALMROOS, 2009; BLOCK; KOELLINGER, 2008), entre outros fatores.

Uma pesquisa realizada por Gartner e Carter, citados por Engle et al., (2010), pode fornecer indícios sobre a relevância de tais estudos. Segundo os autores, 44% dos empreendedores entrevistados tiveram, inicialmente, o desejo de criar dada atividade produtiva, 34% inicialmente visualizaram uma oportunidade de negócio e apenas 22% responderam terem sido influenciados por ambos os fatores ao mesmo tempo. Observe como representativo percentual da amostra (44%) decidiu investir em novo negócio mesmo antes de terem identificado uma oportunidade para tal. Somente após esta decisão, tais indivíduos passaram a buscar oportunidades de mercado para empreender. Tais dados projetam luzes para a relevância de pesquisas que buscam mapear os fatores e contextos subjacentes à visualização e exploração de oportunidades lucrativas, consideradas por relevante vertente de raciocínio a essência do empreendedorismo (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

De maneira geral, duas perspectivas distintas associadas à identificação de oportunidades fundamentam grande parte das pesquisas na área. A primeira sustenta o argumento de que o papel do empreendedor é, essencialmente, o de “descobrir”, de maneira mais rápida do que as demais pessoas, uma oportunidade empreendedora, e então elaborar uma ideia de negócio considerada capaz de explorá-la (KIRZNER, 1973; PARENTE; FEOLA, 2003; SHANE, 2003; SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Insere-se, nesta vertente de raciocínio, as ideias de Shane e Venkataraman (2000). Segundo os autores, (2000, p. 218), a atividade empreendedora fundamenta-se na combinação “de dois fenômenos [principais]: a presença de oportunidades lucrativas e a presença de indivíduos empreendedores”. Para haver empreendedorismo, afirmam (SHANE; VENKATARAMAN, 2000, p. 220), “é preciso primeiro possuir oportunidades empreendedoras”. A segunda, por sua vez, fundamenta-se nas bases da “Teoria da Criação” (PARENTE; FEOLA, 2003). Nela, a oportunidade empreendedora não preexiste como entidade independente da ação do ator. Considerada endógena à atividade empreendedora, ela é criada, de maneira aleatória e um tanto quanto não planejada, no decurso dos comportamentos pessoais de ação e avaliação dos próprios empreendedores (DENRELL; FANG; WINTER, 2003; PARENTE; FEOLA, 2003).

METODOLOGIA E DESCRIÇÃO DOS DADOS

A estratégia de pesquisa utilizada foi qualitativa exploratória, sendo o estudo de casos múltiplos o método empregado. Em edição recente da *Academy of Management Journal* (2011), os editores prenunciam nova era para as pesquisas qualitativas. Nesse contexto, seria importante “encorajar o uso de fontes de dados não tradicionais”. Ao mesmo tempo, salientam certa preferência por investigações capazes de fornecer dados longitudinais, “porque eles podem capturar processos de mudanças organizacionais” (2011, p. 235). Observa-se que este foi o caso do presente trabalho. Além de recorrer à abordagem das motivações empreendedoras, buscou-se a apropriação dos recursos derivados do método retrospectivo para a coleta de dados longitudinais (ELLIOTT, 2005). Tal estratégia, que “envolve pedir aos indivíduos para recordar e registrar informações sobre o passado [...], é claramente uma maneira muito eficiente de coletar dados longitudinais, [além de eliminar] a necessidade de voltar a contatar o mesmo grupo de indivíduos durante período de tempo” (ELLIOTT, 2005, p. 62).

A unidade primária de análise, definida com base na pergunta de pesquisa (YIN, 2010), foi o empreendedor. Para efeito deste trabalho, utiliza-se o conceito de empreendedor tal como adotado por Gartner (1989). Ou seja, “aquele que cria uma empresa” (GARTNER, 1989, p. 47). Os dados empíricos foram coletados em pesquisa de campo realizada junto a quatro empreendedores localizados no município de Belo Horizonte. A seleção (YIN, 2010) e o número dos empreendedores investigados (GASKELL, 2002, p.71) foram baseados tendo-se a teoria abrangente como o critério de avaliação (BAUER; GASKELL, 2002; GREENWOOD, 1973; YIN, 2010; GODOY, 1995, 1995a). A seleção dos casos foi realizada de maneira intencional, tendo em vista a possibilidade de reunir informações relevantes para o conhecimento das categorias básicas de análise. Os casos escolhidos foram: i.) José Souza da Conceição, atualmente dono da Souza & Souza Construção e Reforma Ltda; ii.) João Pinto Ribeiro, dono do Supletivo Visão e do Hotel & Convention Tauá; iii.) Matusalém Gonzaga, dono do restaurante Matusalém; iv.) José Lúcio Costa, proprietário da Suggar Eletrodomésticos. O município foi definido por conveniência dos pesquisadores.

Foram apropriadas duas fontes qualitativas de coleta de dados: as entrevistas semiestruturadas em profundidade (fonte primária), realizadas com os empreendedores por cerca de quatro horas cada, e a documentação (fonte secundária), considerada “relevante para[, praticamente,] todos os tópicos de estudo de caso” (GREENWOOD, 1973; YIN, 2010, p.129). Procurou-se, na análise das evidências, que abrangeram relatórios gerenciais, gravações de entrevistas, além de revista e livro autobiográficos, identificar e explorar três categorias principais, a saber: i.) a provável existência dos fatores necessidade e oportunidade na dinâmica que influenciou os indivíduos para o engajamento inicial no empreendedorismo; ii.) a possível alternância e complementaridade, ao longo do tempo, entre as motivações empreendedoras; iii.) a repercussão do fator indutor original para o desempenho dos empreendedores no contexto empresarial

Para cada categoria de interesse, buscou-se, por meio da “triangulação de dados”, o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação (JICK, 1979; SOY, 1997; YIN, 2010). Considerada capaz de elevar a validade e confiabilidade do constructo (VOSS; TSIKRIKTSIS; FROHLICH, 2002; YIN, 2010), a triangulação dos dados possibilitou, através da confirmação e completude (ADAMI; KIGER, 2005), que as conclusões do estudo, fundamentadas em elementos corroborativos sobre o mesmo fato ou fenômeno, fossem, em grande

parte por isso, consideradas mais convincentes, acuradas e robustas (CRESWELL, 2007; EISENHARDT, 1989; JICK, 1979; MEYER, 2001; NEVES, 1996; SOY, 1997; YIN, 2010).

Buscou-se a generalização analítica, em que o objetivo foi utilizar a teoria como modelo com o qual os resultados empíricos encontrados foram analisados e comparados (YIN, 2010; EISENHARDT, 1989). A estratégia analítica geral fundamentou-se nas proposições teóricas subjacentes. Já as técnicas indutivas específicas foram baseadas na síntese cruzada dos dados (Yin, 2010), com a apropriação da técnica de “análise de conteúdo” (ver, por exemplo: BARDIN, 1977; BAUER, 2002; CAMPOS, 2004; CHIZZOTTI, 2006; MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011) para as apreciações intra-casos e comparações entre-casos.

Por questões de saturação teórica (GASKELL, 2002, p.71), e, também, de economia de espaço no presente artigo, foram selecionados, do conjunto investigado, dois casos considerados representativos: José Souza da Conceição e João Pinto Ribeiro. Observa-se que o propósito na apresentação dos casos não foi o de esgotar o assunto, mas, sim, introduzir alguns elementos iniciais de análise e de tratamento de dados considerados fundamentais, capazes de serem retomados e ampliados em futuras pesquisas.

O primeiro caso investigado, José Souza da Conceição, casado, 47 anos, é empreendedor e dono da Souza & Souza Construção e Reforma Ltda, empresa especializada em serviços de reforma geral, que envolvem profissionais como pedreiros, bombeiros, pintores, marceneiros, eletricitas, entre outros. Criada em 1997, possui, atualmente, oito empregados fixos, além de vários prestadores de serviços autônomos, o que lhe permite cobrir amplo escopo de necessidade do mercado associado à construção civil. Sua carteira de clientes é composta por mais de 400 empresas e pessoas físicas, entre condomínios, prédios comerciais e residências.

Contudo, a vida de José Souza nem sempre foi marcada pelo sucesso empresarial. Natural de Nanuque, nordeste de Minas Gerais, viveu até os 16 anos na pequena roça dos pais, local em que trabalhava no plantio e na colheita de alimentos. A falta de oportunidades de empregos na região, aliada à vontade de tentar a vida na capital, como fizeram o irmão mais velho e os pais anos antes, motivaram José Souza, em 1979, a se mudar para o bairro União, em Belo Horizonte. Com 17 anos e nível fundamental incompleto - 5ª série – andou pelas ruas à procura de trabalho. Conseguiu o primeiro emprego como servente de pedreiro em uma construção. “Naquela época era fácil. Você chegava e o pessoal já perguntava se você estava com a carteira de trabalho para eles assinarem.”

Ao se mudar do interior para a capital, José Souza encontrou uma realidade diferente. Como servente de pedreiro, teve a oportunidade de aprender e de se dedicar a um ofício. Ao mesmo tempo, criou novos relacionamentos pessoais e profissionais, além de conhecer a lógica de funcionamento do mercado. Era considerado um empregado sério, comprometido com o trabalho e disposto a aprender. Contudo, mesmo com um emprego, enfrentava dificuldades.

Era necessário buscar alternativas, que lhe permitisse melhores condições de sobrevivência. Além do mais, José Souza não era acomodado e sonhava com uma vida melhor. Percebeu, com tempo, que poderia trabalhar por conta própria, disponibilizando serviços, simultaneamente, para o patrão e para os vários contatos estabelecidos, sobretudo, no contexto profissional. Em 1984, deixou a empresa e iniciou sua carreira como empreendedor individual.

Atuando, inicialmente, como autônomo, José Souza ampliou, aos poucos, sua carteira de clientes. Sabia como cativá-los, uma vez que conseguia vislumbrar e explorar as oportunidades presentes em cada

novo contato. Passou, com o tempo, a observar que alguns de seus clientes demandavam, também, serviços especializados em áreas complementares, que exigiam o trabalho de outros profissionais, como eletricitas, bombeiros, pintores, etc. Identificou aí uma oportunidade e passou a buscar, também, associações informais com tais profissionais, que, como ele, também ofereciam serviços nas mais diversas áreas associadas à reforma e à construção. Observou que, ao estender o escopo de prestação de serviços, poderia, também, identificar novos clientes e explorar novas oportunidades.

Nesse momento, o segmento associado à prestação de serviços para condomínios, inclusive àqueles relacionados a prédios de luxo no município de Belo Horizonte, encontrava-se em plena expansão. Entretanto, José Souza, como autônomo, não poderia atuar de maneira sistemática nesse mercado. Precisaria, antes, formalizar a criação de uma empresa, dada a exigência dos clientes pela emissão de notas fiscais. Nasce, então, em 1997, a Souza & Souza Construção e Reforma LTDA.

O segundo empreendedor investigado, João Pinto Ribeiro, casado, 64 anos, é dono do Supletivo Visão e do Hotel & Convention Tauá. Possui, atualmente, mais de 400 funcionários diretos e faturamento médio anual superior a 20 milhões de reais. Criado em 1973, o Supletivo Visão disponibiliza, em duas unidades localizadas em Belo Horizonte e uma unidade localizada em Contagem, os ensinos fundamental e médio, destinados para jovens e adultos que não complementaram seus estudos no período regular. Com 38 anos de existência, já formou mais de 148 mil alunos, média de 3.894 estudantes por ano. Já o Hotel & Convention Tauá possui, atualmente, três unidades, localizadas nas cidades de Caeté e Araxá, em Minas Gerais, e Atibaia, em São Paulo. Os espaços contam com infraestrutura para receber congressos, seminários, casamentos, formaturas, entre outros eventos sociais e empresariais.

O sucesso do empreendedor, contudo, não se assemelha com a vida que levou nas fases da infância, juventude e começo da vida adulta. Até criar o primeiro empreendimento, o Curso Ribeiro, em 1969, que viria anos mais tarde a se tornar o Supletivo Visão, João Pinto Ribeiro, que, aos 15 anos, fugiu de Belo Vale - cidade natal -, vendeu balas, doces e frutas no centro de Belo Horizonte como meio de sobrevivência. Ainda assim, quando adolescente, chegou a morar nas ruas da capital. “Foi nessa situação que passei um dos momentos mais angustiantes do começo da minha história” (RIBEIRO, 1993, p. 45).

O engajamento no empreendedorismo ocorreu quando João Pinto Ribeiro tinha 23 anos. Na época, embora trabalhasse como motorista de táxi e como guarda municipal, enfrentava diversas dificuldades. Era necessário encontrar alternativas, que o possibilitasse melhorar suas condições de sobrevivência. Percebeu que a dedicação aos estudos, realizada anos antes devido ao objetivo de ser aprovado no concurso para guarda municipal, o permitiria atuar, embora de maneira inicialmente autônoma, como educador, para alguns amigos analfabetos interessados no aprendizado da língua portuguesa. A atividade, realizada primeiramente de forma secundária às atividades de motorista de táxi e de guarda municipal, se transformou, com o tempo, em uma oportunidade identificada de negócios. Decidiu, a partir daí, criar, em 1969, o Curso Ribeiro, voltado para alunos que não complementaram seus estudos no período regular. Em pouco tempo o curso se consolidou no mercado educacional de Belo Horizonte. “O Curso Ribeiro fez o maior sucesso, tornando-se um estabelecimento de ensino respeitado na cidade” (RIBEIRO, 1993, p. 95).

Alguns anos depois, em 1985, criou a primeira unidade do Hotel & Convention Tauá. Tudo começou quando João Pinto Ribeiro, já estabilizado financeiramente, decidiu adquirir um pequeno terreno, na cidade de Caeté, na região metropolitana de Belo Horizonte, para a construção de uma estrutura destinada ao lazer

familiar. O espaço possuía piscina, quadra poliesportiva, campo de futebol, playground, quiosque, salão de jogos, churrasqueira e sauna, e era muito frequentado por amigos e parentes, que lhe chamaram a atenção para potencial econômico do local. Ao vislumbrar a oportunidade de negócios, João Pinto Ribeiro decidiu construir 22 apartamentos em 1983, e passou a disponibilizar a nova estrutura às pessoas e, também, às empresas interessadas em promover encontros empresariais, então uma inovação no contexto hoteleiro do estado. Com o tempo, o empreendimento cresceu, e, “hoje, o Hotel Fazenda Tauá é uma realidade consolidada.” (RIBEIRO, 1993, p. 176).

ANÁLISE DOS DADOS

É possível observar, em ambos os casos, como a “necessidade de sobrevivência” induziu os empreendedores à atividade autônoma. Foi assim com José Souza, que decidiu trabalhar por conta própria, disponibilizando, de maneira inicialmente informal, serviços a contatos estabelecidos em sua rede de relações. O mesmo aconteceu com João Pinto Ribeiro, que decidiu atuar de maneira informal como educador, conduzindo a iniciativa – em associação com dois outros trabalhos – no intuito de superar diferentes dificuldades de sobrevivência.

Contudo, não se pode afirmar que a noção de oportunidade de negócios estivesse completamente ausente da dinâmica empreendedora. No caso de José Souza, por exemplo, é possível observar como a identificação de uma oportunidade influenciou, embora de maneira relativamente incipiente, a decisão do empreendedor de se engajar na atividade autônoma. O mesmo pode ser verificado no caso de João Pinto Ribeiro, em que a necessidade e a oportunidade condicionaram, em intensidades distintas, o processo de engajamento inicial nas atividades empreendedoras.

Embora manifestas de maneira incipiente, tais oportunidades permitiram-lhes, posteriormente, iniciar uma transição. José Souza, por exemplo, foi capaz de, ao longo da evolução de sua iniciativa empreendedora, identificar e explorar oportunidades derivadas da associação com diversos prestadores de serviços na área da construção civil. Tais parcerias, por sua vez, permitiram-lhe ampliar o mercado, incluindo acesso restrito voltado ao atendimento de condomínios de luxos. Já João Pinto Ribeiro identificou no contexto educacional uma oportunidade que permitiu-lhe, com o tempo, consolidar-se neste contexto. Além disso, visualizou-a, também, no mercado de hotel-fazenda, até então inexplorado em Minas Gerais.

Note, ao mesmo tempo, como ambos os empreendedores aparentam terem construído atributos pessoais, profissionais e sociais que os permitiram, de certa maneira, alavancar oportunidades de negócios. José Souza foi capaz de acessar redes pessoais e de extrair delas clientes potenciais. Nas palavras do próprio empreendedor, foi “com esses contatos que eu comecei a trabalhar por conta própria. Tudo que eu conheço hoje começou desta corrente de pessoas”. Além disso, teve a iniciativa, até então pioneira no segmento da construção civil, de formar parcerias para atender a necessidade de serviços especializados que ele, conhecedor do ramo, identificara anteriormente. João Pinto Ribeiro, por sua vez, apropriou-se do capital humano, expresso em sua capacidade de lecionar, para explorar um nicho potencial do mercado educacional, associado à formação de jovens e adultos. Ademais, teve coragem e persistência para investir no ramo de hotéis-fazenda. Isso porque, segundo o próprio empreendedor, “o primeiro ano de funcionamento foi

desanimador, quanto aos aspectos comerciais e financeiros. Nos finais de semana, apareciam algumas famílias; de segunda-feira a sexta-feira, ninguém”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados, embora limitados aos casos investigados, permitem elaborar diferentes reflexões. Em primeiro lugar, os indivíduos podem não engajar-se nas atividades empreendedoras movidos por fatores exclusivamente associados à oportunidade ou à necessidade de sobrevivência, suscitando argumentos contrários aos defendidos em pesquisas anteriores (ver, por exemplo, (AMIT; MULLER, 1995; BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005; BLOCK; WAGNER, 2010; BULGACOV et al., 2011; DYER; GIBB, 1994; FIORIN; MELLO; MACHADO, 2010; GEM, 2002; MEZA et al., 2008; SHAPERO; SOKOL, 1982; VALLIERE, 2010). Mesmo contextos sociais vulneráveis, eventualmente mais propensos à eclosão de atividades autônomas movidas por fatores associados, exclusivamente, à necessidade de sobrevivência, podem, tal como sugerido neste estudo, abrigar empreendedores cujas motivações derivam de aspectos relacionados à combinação entre a necessidade e a oportunidade. Tais observações projetam luzes para a necessidade de se transcender o ainda hoje vigente dualismo que apresenta os empreendedores como que movidos, excepcionalmente, por oportunidade ou necessidade (WILLIAMS, 2008).

Em segundo lugar, as motivações que conduzem os empreendedores podem se alterar ao longo tempo. Ou seja, um empreendedor que engajou-se na atividade autônoma maiormente influenciado pela necessidade de sobrevivência, pode, tal como observado neste trabalho, criar novas oportunidades de negócios, explorando-as a partir de então. Tais constatações, responsáveis por corroborar pesquisas anteriores (STOREY, 1994; SMALLBONE; WELTER, 2001; AIDIS et al., 2007; HENREKSON, 2005; KAUTONEN; PALMOROOS, 2009; WILLIAMS; ROUND, 2009; WILLIAMS et al., 2009), projetam luzes para a necessidade de se ampliar o escopo de pesquisas que procuram compreender as características (pessoais, sociais, profissionais) de empreendedores imersos em contextos sociais vulneráveis, e influenciados, principalmente, por aspectos relacionados à necessidade de sobrevivência.

Isso porque, tais indivíduos careceriam, teoricamente, de diferentes recursos necessários à descoberta de oportunidades consideradas fundamentais ao crescimento de seus empreendimentos. Diferentemente de empreendedores inicialmente movidos por fatores relacionados, principalmente, à identificação de oportunidade, cujos atributos, espera-se, distinguem-se pela capacidade distintiva em identificar nichos inexplorados de mercado (MELIO et al., 2006), em descobrir novas oportunidades de negócios (MIAO E LIU, 2010), em explorar recursos imersos em suas redes sociais (GRANOVETTER, 1983; LARSON; STAR, 1993; HITE, 2003, 2005; KOBIA; SIKALIEH, 2010), em utilizar reservas financeiras, entre outros, os induzidos por aspectos associados, sobretudo, à necessidade, estariam dotados de características e imersos em contextos sociais e econômicos pouco propícios à utilização de tais recursos, diminuindo as possibilidades de “descobrimientos” de novas oportunidades.

Neste sentido, tais estudos poderiam reduzir a lacuna analítica atualmente existente sobre a capacidade eventualmente limitada que empreendedores imersos em contextos vulneráveis e influenciados principalmente por necessidade possuem – devido suas limitações de natureza pessoal, social e econômica – em descobrirem (KIRZNER, 1973; PARENTE; FEOLA, 2003; SHANE, 2003; SHANE; VENKATARAMAN,

2000) e, até mesmo, criarem (DENRELL; FANG; WINTER, 2003; PARENTE; FEOLA, 2003) oportunidades de negócios, projetando luzes para políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo nestes contextos. Diferentes questionamentos, passíveis de serem explorados em futuras pesquisas, suscitam ai. Dentre elas, destacam-se: quais os principais recursos necessários para que empreendedores induzidos principalmente por necessidade e imersos em contextos socioeconômicos desfavorecidos consigam descobrir, criar e explorar oportunidades? Como tais atributos podem ser estimulados? Qual a repercussão dos fatores contextuais e econômicos para o desenvolvimento de atividades produtivas imersas nestes contextos? Como impulsionar o capital social e humano destes indivíduos?

Investigações desta natureza ganham ainda mais relevância devido às evidências de uma constatação adicional. Resultados aqui obtidos sugerem que as motivações iniciais dos empreendedores podem não determinar ou influenciar, diretamente, seu desempenho no contexto profissional. Dito de outra maneira, empreendedores imersos em contextos socioeconômicos desfavorecidos e inicialmente induzidos por fatores maiormente associados à necessidade de sobrevivência podem não necessariamente falhar no cenário mercadológico. Eles podem desenvolver-se, criando, a exemplo dos empreendedores aqui investigados, empreendimentos produtivos, capazes de gerar empregos e dividendos. Tal constatação amplia o arcabouço teórico atualmente em vigor sobre as motivações empreendedoras e projeta luzes para a necessidade teórica e prática de se encenar maior atenção na compreensão da dinâmica e dos atributos envolvidos no desenvolvimento de empreendedores oriundos de camadas socioeconômicas desfavorecidas.

Finalmente, os empreendedores aqui investigados parecem ter tido a capacidade de, no decorrer de sua atividade produtiva, “criarem”, de maneira aleatória e um tanto quanto não planejada, novas oportunidades de negócios, compartilhando argumentos associados aos autores da “Teoria da Criação” (ver, por exemplo: DENRELL; FANG; WINTER, 2003; PARENTE; FEOLA, 2003). Mas, seria este o padrão de todos os empreendedores inicialmente movidos por aspectos maiormente associados à necessidade de sobrevivência e que conseguiram se projetar no contexto empresarial? Dito de outra maneira, seriam tais empreendedores incapazes de, também, eventualmente, “descobrirem” novas oportunidades, tal como defendido por diferentes outros pesquisadores? (KIRZNER, 1973; PARENTE; FEOLA, 2003; SHANE, 2003; SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Novas pesquisas poderiam explorar tais questionamentos, projetando luzes para as distinções eventualmente existentes entre os plausíveis processos de descobertas e de criações de oportunidades por empreendedores imersos no contexto aqui enfatizado.

Os resultados obtidos sinalizam para a relevância da pesquisa. Cada um dos temas ressaltados – por um lado, as interações entre a necessidade e a oportunidade, e, por outro, o desenvolvimento de empreendedores bem-sucedidos originários de segmentos vulneráveis – traz sua própria contribuição à reflexão. Além disso, a associação entre tais temáticas, como aqui realizada, permite avançar o raciocínio para novos desdobramentos. Também no plano metodológico, os resultados obtidos merecem algum destaque. Observa-se que a utilização de dados longitudinais derivados da investigação retrospectiva mostra-se particularmente útil para captar certas dimensões do fenômeno do empreendedorismo. No entanto, enfatiza-se a necessidade de realização de novas pesquisas, capazes de constituir conjunto suficientemente grande de casos para se extrair, a partir daí, as regularidades porventura existentes. Nesse contexto, os resultados gerais aqui apresentados funcionariam como um estímulo para análises mais amplas e variadas sobre o fenômeno investigado.

REFERÊNCIAS

- ACS, Z. How Is Entrepreneurship Good For Economic Growth? *Innovations*. 2006. Disponível em: < <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/itgg.2006.1.1.97>> acesso em: 14 abr. 2013.
- ACS, Z. J.; KALLAS, K. State of literature on small to medium-size enterprises and entrepreneurship in low-income communities. Disponível em: < <ftp://papers.econ.mpg.de/egp/discussionpapers/2007-03.pdf>> acesso em: 12 mar. 2014.
- ADAMI, M. F.; KIGER, A. The use of triangulation for completeness purposes. *Nurse Researcher*, v.12, n.4, p.19-29, 2005.
- AIDIS, R.; WELTER, F.; SMALLBONE, D.; ISAKOVA, N. Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, v.13, n. 2, p. 157-183, 2007.
- AMIT, R.; MULLER, E. "Push" and "pull" entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, v.12, n. 4, p. 64-80, 1995.
- BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O Empreendedorismo como Estratégia Emergente de Gestão: histórias de sucesso. *O&S*, v. 12, n. 33, p. 109-128, 2005.
- BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In BAUER, M.; GASKELL, G. (Eds). *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 189-219.
- BAUER, M.; GASKELL, G. *Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som*. 2. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- BERNARDI, L. A. *Manual de Empreendedorismo e Gestão*. São Paulo: Atlas, 2003.
- BHOLA, R.; VERHEUL, I.; THURIK, R.; GRILO, I. Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs. *Business & Policy Research*, v.62, n.10, p.191-207, 2006.
- BLOCK, J; KOELLINGER, P. I can't get no satisfaction: necessity entrepreneurship and procedural utility. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, v.62, n.2, p.191-207, 2008.
- BLOCK, J. H.; SANDNER, P. Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, v.9, n.2, p.117-137, 2009.
- BLOCK, J. H.; WAGNER, M. Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, v.62, p.154-174, 2010.
- BÖGENHOLD, D. *Der Grunderboom: realitat und mythos der neuen Selbständigkeit*. Campus: Frankfurt, 1987.
- BRUNEAU, J.; MACHADO, H. V. 2006. Empreendedorismo nos países da América Latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Panorama Socioeconómico*, v.24, n.33, p. 18-25, 2006.
- BULGACOV, Y. L. M.; CUNHA, S. K.; CAMARGO, D.; MEZA, M. L. BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão?. *Revista de Administração Pública*, v.45, n.3, p.695-720, 2011.
- BYGRAVE, W. *The Entrepreneurial Process*. 2. Ed. Canada: John Wiley & Sons, 1997.
- CHOI, Y. R.; LÉVESQUE, M.; SHEPHERD, D. A. When should entrepreneurs expedite or delay opportunity exploitation? *Journal of Business Venturing*, v.23, n.3, p.333-355, 2008.
- CAMPOS, C. J. G. Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, v.5, p.611-614, 2004.
- CARVALHO, P. M. R. Características e motivações dos empresários: o caso dos fundadores de pequenos negócios na cidade de Guarda. 1999. Disponível em: < <http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/415/1/8%20-%20Poster%20IPS.pdf>> acesso em: 12 mar. 2014.
- CARVALHO, P. M. R.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional*, v.12, n.1, p.43-65, 2006.

- CHIZZOTTI, A. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- CHRYSOSTOME, E. The Success Factors of Necessity Immigrant Entrepreneurs. *Thunderbird International Business Review*, v.52, n.2, p.137-152, 2010.
- CRESWELL, J. W. Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DENRELL, J.; FANG, C.; WINTER, S. The economics of strategic opportunity. *Strategic Management Journal*, v.24, p. 977-90, 2003.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DYER, W.; GIBB, J. Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v.19, n.2, p.7-21, 1994.
- ELLIOTT, J. Using narrative in social research: qualitative and quantitative approaches. London: Sage Publication, 2005.
- EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, v.14, n.4, p.532-550, 1989.
- ENGLE, R. L.; DIMITRIADI, N.; GAVIDIA, J.V.; SCHLAEGEL, C.; DELANOE, S.; ALVARADO, I.; He, X.; BUAME, S.; WOLFF, B. Entrepreneurial intent: A Twelve- Country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v.16, n.1, 2010.
- FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M.; MACHADO, H. V. Empreendedorismo e inovação: análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008. *Rev. Adm. UFSM, Santa Maria*, v.3, n.3, p. 411-423, 2010.
- GARTNER, W. B. Who is the entrepreneur? is the wrong question. *Entrepreneurship theory and practice*. Summer edition, p. 47- 68, 1989.
- GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; _____. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, p. 65-83, 2002.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. 2002. Disponível em <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202002%20-%20Relat%C3%B3rio.pdf> Acesso em: 09 mar. 2012.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. 2008. Disponível em <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202008%20-%20Relat%C3%B3rio.pdf> Acesso em: 09 mar. 2012.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. 2009. Disponível em <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202009.pdf> Acesso em: 15 ago. 2012.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. 2012. Disponível em <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202012.pdf> Acesso em: 12 mar. 2013.
- GODOY, A. Introdução à Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades. *RAE*, v.35, n.2, p.57-63, 1995.
- GODOY, A. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. *RAE*, v.35, n.3, p.20-29, 1995a.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, v.1, p.201-233, 1983.
- GREENWOOD, E. Metodologia de La Investigación Social. Buenos Aires: Paidós, 1973.
- GUEDES, S. A. A carreira do Empreendedor. Dissertação (Mestrado). Programa – Universidade de São Paulo, Programa de Pós-graduação em Administração, 2009. Disponível em <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-18122009-101254/pt-br.php>> Acesso em: 12 mar. 2014.

HENREKSON, M. Entrepreneurship: a weak link in the welfare state. Oxford University Press, v.14, n.3, p.437-467, 2005.

HITE, J. M. Patterns of multidimensionality among embedded network ties: a typology of relational embeddedness in emerging entrepreneurial firms. *Strategic Organization*, v.1, n.1, p.9-49, 2003.

HITE, J. M. Evolutionary processes and paths of relationally embedded network ties in emerging entrepreneurial firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v.29, p.113-143, 2005.

HUMBERT, A. L.; DREW, E. Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, v.2, n.2, p.173-196, 2010.

JIAO, H.; YU CUI, D. O. An empirical study of mechanisms to enhance entrepreneurs's capabilities through entrepreneurial learning in an emerging market. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, v.2, n.2, p.196-217, 2010.

JICK, T. D. Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, v.24, n.4, p. 602-611, 1979.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo Feminino: Tecendo a Trama de Demandas Conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, v.19, n. 1, p. 77-84, 2007.

KAUANUI, S.; THOMAS, K. D.; SHERMAN, C. L.; WATERS, G. R.; GILEA, M. An exploration of entrepreneurship and play. *Journal of Organizational Change Management*, v.23, n.1, 2010.

KAUTONEN, T.; PALMROOS, J. The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v.6, n.3, p.285-300, 2009.

KINKWOOD, J.; WALTON, S. What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v.16, n.3, p.204-228, 2010.

Kirzner, I. *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press, 1973.

KOBIA, M.; SIKALIEH, D. Towards a search for the meaning of entrepreneurship. *Journal of European Industrial Training*, v.34, n.2, p.110-127, 2010.

LARSON, A.; STARR, J. A. A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v.17, n.2, p.5-16, 1993.

LIMA-FILHO, D. O. L.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e jovens empreendedores. *Revista de Ciências da Administração*, v.11, n.24, p.246-277, 2009.

LLISTERRI, J. J. Is Youth Entrepreneurship a Necessity or an Opportunity? A First Exploration of Household and New Enterprise Surveys in Latin America, 2006. Disponível em <<http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5184/Is%20Youth%20Entrepreneurship%20a%20Necessity%20or%20an%20Opportunity%3f.pdf?sequence=1>> Acesso em: 20 mai. 2013.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O processo de Criação de Empresas por Mulheres. *RAE Eletrônica*, v.2, n.2, 2003.

MCCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA JÚNIOR, F. G. P. Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia. *RAC*, v.10, n.4, p. 47-69, 2006.

MEYER, C. B. A case in case study methodology. *Field methods*, v.13, n.4, p. 329-352, 2001.

MEZA, M. L.; BASTOS JUNIOR, P. A.; GRECO, S. M. S. S.; CUNHA, S.; RISSETE, C. O Perfil do Empreendedorismo nos Países Latino-Americanos na Perspectiva da Capacidade de Inovação. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 5, 2008, São Paulo. Anais...São Paulo: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.

MIAO, Q.; LIU, L. A Psychological Model of Entrepreneurial Decision Making. *Social Behavior and Personality*, v.38, n.3, p. 357-363, 2010.

MIZUMOTO, F. M. O impacto de capital humano, capital social e práticas gerenciais na sobrevivência de empresas nascentes: um estudo com dados de pequenas empresas no estado de São Paulo. In: Encontro da Anpad, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. Revista de Administração Contemporânea, v.15, n.4, p.731-747, 2011.

NETO, B. S. Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do "virador". Rio de Janeiro: Blucher Acadêmico, 2008.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisa em Administração, v.1, n.3, p. 1-5, 1996.

ORHAN, M.; SCOTT, D. Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. Women in Management review, v.16, n.5, p.232-243, 2001.

PARENTE, R., FEOLA, R. entrepreneurial intent and entrepreneurial commitment of young researchers. International Journal of Technology Management & Sustainable Development, v.12, n.2, 155-166, 2013.

RIBEIRO, J. P. João do Poste: sucesso à brasileira. JPR Edições, 1993.

SARASVATHY, S. D.; HERBERT, S.; LESTER, L. Perceiving and managing business risks: differences between entrepreneurs and bankers. Journal of Economic Behavior & Organization, v.33, n.2, p.207-225, 1998.

SHANE, S. (2003), A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus, Cheltenham, UK: Edward Elgar.

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

SHAPERLO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. Separata de: KENT, C.; SEXTON, D.; VESPER, K. (Eds.). Encyclopedia of Entrepreneurship, Englewood Cliffs, 1982, p.72-90.

SINGH, R. P.; HILLS, G. E.; LUMPKIN, G. T. New venture ideas and entrepreneurial opportunities: understanding the process of opportunity recognition. 2001

SMALLBONE, D.; WELTER, F. Entrepreneurship in transition economies: necessity or opportunity driven? Small Business Economic, v.16, n.4, p.249-262, 2001.

SOY, S. K. The case study as a research method. 1997. Disponível em <<https://www.ischool.utexas.edu/~ssoy/usesusers/l391d1b.htm>> acesso em 12 mar. 2014.

STOREY, D. J. Understanding the small business sector. 1994. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=BoIPpZ5sBV4C&dq=understanding+the+small+business+sector&printsec=frontcover&source=bn&hl=pt-BR&ei=ht6JStrIH4yIAexxJ2hCw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4#v=onepage&q=&f=false>. Acesso em: 15 nov. 2010.

The coming age for qualitative research: embracing the diversity of qualitative methods. Academy of Management Journal, v.54, n.2, p.233-237, 2011.

VALLIERE, D. Reconceptualizing Entrepreneurial Framework Conditions. International Entrepreneurship and Management Journal, v. 6, n. 1, p.97-112, 2010.

VICENZI, S. E.; BULGACOV, S. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pesquisas empresas. Revista de Ciências da Administrativas, v.15., n.35. p. 208-221, 2013.

VOSS, C., TSIKRIKTSIS, N.; FROHLICH, M. Case research in operations management. International Journal of Operations & Production Management, v.22, n.2, p.195-219, 2002.

WAGNER, J. Nascent necessity and opportunity entrepreneurs in Germany evidence from the regional entrepreneurship monitor (REM). Working Paper Series in Economics, v.10, 2005.

WILLIAMS, C. C. The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity- or opportunity-driven? Springer Science, n.5, p.203-217, 2008.

WILLIAMS, C. C.; ROUND, J. Evaluating informal entrepreneurs' motives: evidence from Moscow. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, v.15, n.1, p.94-107, 2009.

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

YIN, R. K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZAMPETAKIS, L. A.; KANELAKIS, G. Opportunity entrepreneurship in the rural sector: evidence from Greece. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, v.12, n.2, p.122-142, 2010.