

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DE TECNOLOGIA
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

CLARISSA DOURADO FREIRE

**A INFLUÊNCIA DOS CAPITAIS NA TRAJETÓRIA
DOS EMPREENDEDORES DE STARTUPS DE
TECNOLOGIA NO BRASIL**

São Carlos - SP
Setembro de 2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DE TECNOLOGIA
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

CLARISSA DOURADO FREIRE

**A INFLUÊNCIA DOS CAPITAIS NA TRAJETÓRIA
DOS EMPREENDEDORES DE STARTUPS DE
TECNOLOGIA NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, ao Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, para obtenção do título de doutor em Engenharia de Produção.

Orientador: Mário Sacomano Neto

São Carlos-SP
2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

Folha de Aprovação

Defesa de Tese de Doutorado da candidata Clarissa Dourado Freire, realizada em 20/10/2021.

Comissão Julgadora:

Prof. Dr. Mário Sacomano Neto (UFSCar)

Prof. Dr. Mauro Rocha Cortes (UFSCar)

Prof. Dr. Gilberto Miller Devos Ganga (UFSCar)

Profa. Dra. Thais Joi Martins (UFRB)

Prof. Dr. Bruno Brandão Fischer (UNICAMP)

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.
O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

Agradecimentos

Em 2016 recebi a notícia da aprovação no doutorado, um dia muito esperado, que trouxe uma mistura de felicidade e ansiedade por mais uma nova etapa na construção de um caminho que comecei a trilhar ainda no mestrado, quando entrei pela primeira vez na Universidade Federal de São Carlos, e hoje passados 5 anos, mais um ciclo se encerra, um ciclo de aprendizado, amadurecimento, conhecimento, e de grandes mudanças, afinal, como diria Heráclito “*Tudo flui, nada permanece*”.

Passado esse tempo, não poderia deixar de expressar a minha gratidão as pessoas que me acompanharam e me apoiaram por todo esse caminho, não chegaria até aqui se não fosse por cada uma delas.

Minha eterna gratidão a minha família e aos amores da minha vida, primeiramente a minha mãe, por todo seu amor e dedicação, a pessoa com o coração do tamanho do mundo, que me ensinou que posso fazer qualquer coisa e ser quem eu quiser e que sempre esteve ao meu lado, me apoiando e me incentivando a ser uma pessoa melhor. À minha irmã, Stefannia minha “quase” gêmea, companheira de vida e minha ouvinte, pelo incentivo e suporte, sou grata pela companhia e pela força para seguir em frente. Ao meu irmão Alexandre e minha cunhada Renata, agradeço o carinho e o suporte por todo esse tempo. E minha sobrinha Isabella, obrigada por alegrar a nossa família, pelo carinho e pelas risadas, afinal cada dia é uma novidade.

Agradeço ao meu orientador Professor Mário Sacomano Neto, que considero um grande exemplo, por sempre me apoiar e me incentivar, pela paciência, pela sua dedicação, confiança, pela parceria e pelo aprendizado por todos esses anos. Gostaria de agradecer a Professora Thais Joi, pela imensa contribuição e pela disponibilidade de me socorrer com as milhares dúvidas e pelo suporte, ao Professor Gilberto Ganga, pela contribuição e pelo aprendizado para a realização dessa pesquisa.

Gostaria de agradecer ao Núcleo de Estudos Organizacionais (NEO) que me possibilitou conviver e aprender com pessoas fantásticas, como o Professor Mauro, ou simplesmente Caju, sempre disposto a ajudar e sempre aberto a discutir novas ideias, agradeço por sempre nos incentivar a buscar o conhecimento, pelos momentos de

aprendizado e descontração. Ao Gustavo, amigo e companheiro de grupo e de pesquisa, obrigada pelas discussões, pelas conversas, pelas reflexões compartilhadas.

Agradeço pelas amizades construídas e fortalecidas ao longo desse tempo, Amanda, Lucas, Thaisa e Felipe, obrigada por tornarem esse caminho mais leve e divertido, agradeço pelos momentos que compartilhamos juntos, serão sempre lembrados e celebrados.

Gostaria de agradecer ao Professor Alistair Anderson, em memória, uma pessoa muito gentil, com que tive o prazer de conhecer e aprender com as nossas conversas, obrigada por me receber e me fazer sentir acolhida, agradeço o imenso aprendizado, não apenas acadêmico, mas de vida. Aos amigos que conheci na Inglaterra Liz, Nishta, Wanda, Chris, Fumni, Elena e Giovanna, obrigada pelo aprendizado, pela receptividade e pela companhia. Ao Ollie, por me receber, por sua gentileza e ajuda.

Agradeço aos “Brazucas”, o meu tempo em Lancaster não seria o mesmo sem vocês. Agradeço ao Lenon, pela companhia, pela amizade e pelas nossas conversas e reflexões aleatórias, ao Gabriel por nos alegrar com suas histórias e sua música, aos meus “pais” e vizinhos brasileiros na Inglaterra, Rose e Marx, por me acolherem e pela excelente companhia, a Michele e Marlon, de quem me tornei amiga antes mesmo de conhecer e que tive o prazer de desfrutar da companhia. A Jack e Washington, pelas risadas, bolos e pelas conversas, a Cris, Linda, Valéria, Duda e Gustavo, pelas conversas, encontros e pela companhia.

Muito obrigada a Universidade Federal de São Carlos, ao Departamento de Engenharia de Produção e a todos os professores do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, por todo o suporte e pela oportunidade de ingressar e concluir o doutorado. Agradeço ao Lucas e ao Robson por toda ajuda, suporte e prestatividade oferecida a nós. Aos professores que aceitaram participar da minha banca de defesa. Agradeço a Capes, pela bolsa de estudos do programa CAPES-PRINT para realizar o doutorado sanduiche na Universidade de Lancaster, Inglaterra. Aos meus amigos do trabalho, Fernando, Edvaldo, Gisele e Edvaldo. pelo apoio e pelo suporte ao meu afastamento.

Gostaria de agradecer a todos os empreendedores que aceitaram fazer parte da minha pesquisa, sem vocês esse trabalho não existiria. No mais, agradeço a todos que de alguma forma fizeram parte dessa caminhada.

RESUMO

Diversos estudos destacam a contribuição positiva do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social. Dada a relevância do tema é possível observar o crescimento de estudos acerca do empreendedorismo, principalmente a partir dos anos 90 com o advento das startups de tecnologia. Uma das principais questões é compreender como um indivíduo se torna empreendedor, apesar da diversidade de estudos em diferentes campos do conhecimento, há uma predominância do *mainstream* da economia, em que há uma idealização do empreendedor como um ator dotado de características únicas, que age de forma autônoma, desconsiderando o contexto social. Esse trabalho busca oferecer uma alternativa a esse paradigma e propor uma ampliação na análise acerca das variáveis que tornam um indivíduo empreendedor, empregando como lente teórica a perspectiva de capitais de Pierre Bourdieu. O objetivo desse trabalho é analisar como os empreendedores mobilizam e convertem capitais ao longo de suas trajetórias e qual a importância desses capitais para a fundação e o desenvolvimento das *startups* de tecnologia. Para isso dividimos o trabalho em três etapas, a primeira etapa consiste em uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), com o objetivo de compreender como a perspectiva de capitais foi empregada no estudo do empreendedorismo e para conhecer o empreendedor, identificar as categorias de capitais e identificar possíveis lacunas de pesquisa. Após a RSL, com a identificação das categorias de capitais, temos a segunda etapa, de natureza qualitativa, construída por meio cinco estudos de caso com empreendedores de startups de tecnologia, em que buscamos analisar como os capitais são mobilizados e convertidos ao longo da trajetória dos empreendedores, dando origem a circularidade de capitais, bem como analisar a importância desses capitais para a fundação e o desenvolvimento das startups. A terceira e última etapa, de natureza quantitativa foi construída a partir de *survey* com aplicação de 192 questionários em empreendedores de startups de tecnologia e emprego de Análise de Correspondência Múltipla, em que buscamos realizar uma análise descritiva dos empreendedores, identificar os capitais mobilizados e convertidos ao longo de suas trajetórias bem como compreender se o espaço social dos empreendedores facilita o acesso aos capitais e recursos empregados na fundação e no desenvolvimento das startups, legitimando a posição dos empreendedores no espaço social. Os resultados indicam que há uma busca por alternativas às perspectivas dominantes para o estudo do empreendedorismo e do empreendedor, e a perspectiva de Bourdieu emerge como uma possibilidade. Os empreendedores mobilizam capital econômico, cultural, social e simbólico, que são convertidos e reconvertidos num processo dinâmico, nomeamos de circularidade de capitais. Esse conjunto de capitais e esse processo dá origem ao capital empreendedor, que resulta do emprego desses capitais na fundação e no desenvolvimento das startups, além disso, observamos que a origem social dos empreendedores contribui facilitando o acesso aos capitais. Logo, o acesso a esses capitais são fundamentais para ação empreendedora dos fundadores de startup, porém não estarem distribuídos de forma homogênea no espaço social, nosso trabalho dá luz a essa discussão e se propõe a ser instrumento para políticas públicas que facilitem o acesso e disseminação desses capitais.

Palavras-Chave: Empreendedor. Startup. Tecnologia. Bourdieu. Capitais. Trajetórias.

ABSTRACT

Several studies highlight the positive contribution of entrepreneurship to economic and social development, given the relevance of the subject it is possible to observe the growth of studies about entrepreneurship, especially from the 1990s with the advent of technology startups. One of the main questions is to understand how an individual becomes an entrepreneur, despite the diversity of studies in different fields of knowledge, there is a predominance of mainstream economics, in which there is an idealization of the entrepreneur as an actor endowed with unique characteristics, who acts autonomously, disregarding the social context. This paper seeks to offer an alternative to this paradigm and propose an expansion in the analysis of the variables that make an individual an entrepreneur, using Pierre Bourdieu's perspective of capitals as a theoretical lens. The objective of this work is to analyze how entrepreneurs mobilize and convert capitals along their trajectories and what is the importance of these capitals for the foundation and development of technology startups. To this end we divided the work into three stages, the first stage consists of a Systematic Literature Review (RSL), with the objective of understanding how the capitals perspective has been employed in the study of entrepreneurship and to know the entrepreneur, identify the categories of capitals and identify possible research gaps. After the RSL, with the identification of the categories of capitals, we have the second stage, of qualitative nature, built through five case studies with entrepreneurs of technology startups, in which we seek to analyze how the capitals are mobilized and converted along the trajectory of entrepreneurs, giving rise to the circularity of capitals, as well as to analyze the importance of these capitals for the foundation and development of startups. The third and last stage, of a quantitative nature, was built from a survey with 192 questionnaires applied to entrepreneurs of technology startups and the use of Multiple Correspondence Analysis, in which we sought to perform a descriptive analysis of the entrepreneurs, to identify the capitals mobilized and converted throughout their trajectories, as well as to understand if the social space of the entrepreneurs facilitates the access to capitals and resources employed in the foundation and development of the startups, legitimating the position of the entrepreneurs in the social space. The results indicate that there is a search for alternatives to the dominant perspectives for the study of entrepreneurship and the entrepreneur, and Bourdieu's perspective emerges as a possibility, being employed in this work. Entrepreneurs mobilize economic, cultural, social, and symbolic capital, which are converted and reconverted in a dynamic process we call the circularity of capitals. This set of capitals and this process gives rise to the entrepreneurial capital, which results from the use of these capitals in the foundation and development of startups. Therefore, access to these capitals is fundamental to the entrepreneurial action of startup founders, but they are not homogeneously distributed in the social space. Our research highlights on this discussion and proposes to be an instrument for public policies that facilitate access and dissemination of these capitals.

Keyword: Entrepreneur. Startup. Technology. Bourdieu. Capitals. Trajectory.

SUMÁRIO

PRIMEIRA PARTE	5
1. Introdução	6
1.1. Problema de Pesquisa	10
1.2. Objetivo geral e objetivos específicos	11
1.3 Justificativa	13
1.4 Estrutura da Tese	14
SEGUNDA PARTE	22
Artigo 1 - Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura.....	22
Artigo 2 - Dimensão social dos empreendedores de startups de tecnologia: mobilização e conversão de capitais	61
Apêndice – Roteiro Entrevista Semi-estruturada.....	103
Artigo 3 - Espaço social e trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais	105
Apêndice - Questionário	151
TERCEIRA PARTE.....	162
Conclusão e Implicações	163
Implicações Teóricas e Empíricas	166

PRIMEIRA PARTE

1. Introdução

O empreendedorismo não é uma atividade recente, mas vem ganhando destaque desde a década de 1990, principalmente as *startups* (FERREIRA *et al.*, 2015; OMRI, 2020). As *startups* de tecnologia passaram a fazer parte dos debates entre pesquisadores e formuladores de políticas, por serem consideradas motor que impulsiona mudanças afetando diretamente o desenvolvimento econômico e social de um país (DAHLSTRAND; STEVENSON, 2010; DALMARCO, HULSINK; BLOIS, 2018; GUERRERO; URBANO, 2017).

Diversos estudos apontam que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento econômico e social de um país (ACS; SZERB, 2007; KRITIKOS, 2014; ZSUZSANNA *et al.*, 2012). É uma atividade que estimula a inovação e a descoberta de novos produtos e serviços, incentiva a competição e ajuda a promover a criação de novos postos de trabalho, além de contribuir com a absorção da força de trabalho desempregada (DAHLSTRAND; STEVENSON, 2010; FONTENELE, 2010; KRITIKOS, 2014; ZSUZSANNA *et al.*, 2012).

As *startups* de tecnologia são empresas baseadas em conhecimento, seus processos são intensivos em tecnologia e inovação, criam bens e serviços de alto valor agregado, geralmente são de pequeno porte operando em um ambiente dinâmico de grande incerteza, apresentam elevadas taxas de crescimento e rentabilidade e possuem um impacto direto no desenvolvimento socioeconômico de uma região (AUTIO; YLI-RENKO, 1998; DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012). Os empreendedores de *startups* estão inseridos numa cultura de compartilhamento de conhecimento, são indivíduos com alto capital intelectual, fazem parte de uma rede de contatos consolidada, estão dispostos a lidar com riscos e incertezas, são adaptativos e são mobilizadores de recursos (MARCH-CHORDA, 2004; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012)

Uma das questões mais intrigantes do empreendedorismo é compreender quem é o empreendedor, dada a multidisciplinaridade do campo, pesquisadores de várias áreas têm se voltado para essa questão, como a psicologia (McCLELLAND, 1971; SEGAL *et al.*, 2005), a gestão (FERREIRA *et al.*, 2015), com especial destaque para a economia (BAUMOL, 2010; KIZNER, 1997; SCHUMPETER, 1934). Para o *mainstream* da

economia, os empreendedores são atores com características únicas, maximizando recursos e responsáveis por grandes mudanças na economia e na sociedade (HEBERT; LINK, 2006, LOUNSBURY *et al.*, 2019; SCHUMPETER, 1934). Frequentemente os empreendedores são retratados como um tipo incomum, com características únicas e tomadores de decisão autônomos (SCHUMPETER, 1934, SEXTON; SMILOR, 1997). Observa-se ainda que a figura do empreendedor é frequentemente associada ao gênero masculino (BOWMAN, 2007, JONES, 2014; 2015; KARATAŞ-ÖZKAN; CHELL 2015).

Existem diversos estudos que compreendem os empreendedores a partir da perspectiva do *homo economicus*, ou seja, desprendido de afetividade, intersubjetividade, trajetórias pessoais e complexidade, atomizados e em busca da maximização dos recursos (COSTA; SARAIVA, 2012; OGBOR, 2000; YESSOUFOU, BLOK, OMTA, 2018). Logo, o contexto socioeconômico e cultural onde os empreendedores estão inseridos é colocado em segundo plano, reforçando a construção de uma ideia romantizada e mítica de um ator heroico dotado de qualidades e habilidades excepcionais, responsável pelo crescimento e desenvolvimento da sociedade (COLBARI 2007; DRAKOPOULOU - DODD *et al.*, 2013; JOHNSEN; SØRENSEN, 2016; NICHOLSON; ANDERSON, 2005). Nesse sentido, para Drakopoulou-Dodd e Anderson (2007) considerar o empreendedor como um ator atomizado é tornar irrelevante o contexto social que o impulsiona e concebe o processo empreendedor, no qual ele está inserido.

Ogbor (2000) busca compreender como e por que essa imagem do empreendedor é promovida e legitimada no discurso empreendedor e que reforça e privilegia as estruturas de poder na sociedade. A forma como a linguagem se desenvolve por meio de metáforas, contribui para a perpetuação de mitos, no caso do empreendedor, o arquétipo do herói, homem, branco e com qualidades distintas do comum (ALDRICH, 2005; NICHOLSON; ANDERSON, 2005; OGBOR, 2000).

Ainda, a manifestação do conhecimento e das crenças através do discurso sobre empreendedorismo contribui para a legitimação e institucionalização tanto da pesquisa como da prática do fenômeno (GARTNER, 1993). Em que há uma predominância de métodos funcionalistas e positivistas no estudo do empreendedorismo (ANDERSON, 2015; BRAIDFORD *et al.*, 2017; DRAKOPOULOU - DODD *et al.*, 2014; FORSON *et al.*, 2014; TATLI *et al.*, 2014).

A partir dessas considerações e na busca por ampliar a compreensão de quem é o empreendedor, a Teoria e Prática de Bourdieu surge como uma alternativa à perspectiva dominante (BRAIDFORD *et al.*, 2017; DE CLERCQ; VORONOV, 2009; LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; REID, 2020), por meio do emprego da prática relacional, com uma abordagem que compreende os fenômenos sociais através de uma evolução dinâmica, que vai se significando pelas suas redes relações complexas(LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; TATLI *et al.*, 2014) e de conceitos como campo, espaço social, capitais e *habitus* que ajudam a compreender a natureza, por vezes desigual, dos processos sociais (BOWMAN, 2007). Embora o emprego da perspectiva bourdieusiana como forma de analisar o empreendedorismo e os empreendedores não ser algo novo, os trabalhos ainda são escassos (BRAIDFORD *et al.*, 2017; SHAW; WILSON, PRET, 2017).

Observando essa lacuna de pesquisa e a potencialidade do emprego da perspectiva de Bourdieu, buscamos ampliar a compreensão dos empreendedores, como atores sociais, influenciados pelo seu o contexto social e econômico, utilizando como lente de análise a perspectiva de capitais (BOURDIEU, 1986).

Propomos uma compreensão mais completa de quem é o empreendedor, como socialmente situado (KORSGAARD; ANDERSON, 2011; McKEEVER, ANDERSON, JACK, 2014; STEYAERT; KATZ, 2004). Consideramos que ser empreendedor envolve uma prática relacional e a origem social e os recursos relacionais, como capital social, são importantes para iniciar e desenvolver um negócio (ANDERSON, 2015; CLOUGH *et. al.*, 2019; PAGANO *et al.*, 2018; TATLI *et. al.*, 2014; YESSOUFOU *et al.*, 2018).

Logo, o empreendedorismo pode ser compreendido como um processo de mudança promulgado partir de um contexto econômico e social (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019) sendo, um “processo social profundamente imerso e integrado às posições dos empreendedores em estruturas de relações de poder” (DE CLERCQ; VORONOV, 2009, p.395). As posições são ocupadas pelos atores de acordo com a posse de determinados capitais (BASOV,2019; BOURDIEU, 1989).

Esses capitais são mobilizados através de processos sociais e por meio de estratégias que são estabelecidas pelos atores, além disso, os capitais são passíveis de convertibilidade, servindo de base para as estratégias de reprodução social e de ocupação

no espaço social (BOURDIEU, 1986; MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE; 2018; PRET *et al.*, 2016; SCOTT, 2012).

Podemos considerar que os empreendedores estão inseridos em um espaço social. Para Bourdieu (1996), o espaço social se constitui como uma arena de disputas e para que o ator participe do jogo ele depende da posse de um mínimo de capital específico que possui significado dentro desse espaço. Logo, os empreendedores são atores que possuem a capacidade de compreender e mobilizar os capitais que predominam no espaço social em que estão inseridos, esses influenciam diretamente na sua posição (MARTINS, 2015; MARTINS; DONADONE, 2018; CLERQ; VORONOV, 2009).

De acordo com Bourdieu (1986) os capitais são recursos valiosos nas disputas de legitimidade dentro do campo, são eles que definem a sua estrutura. Os recursos não são necessariamente materiais no sentido econômico, são também humanos e sociais (cultural, social, simbólico, entre outros), possibilitam a ampliação da capacidade de escolha do ator e ainda são fontes de poder e influência (BOURDIEU, 1986; GIDDENS, 1979; KABBER, 1999; PORTES, 2000).

Para que haja uma melhor compreensão, além do espaço social e dos capitais, deve-se considerar as características dos atores, como a origem social, formação, os hábitos, o contexto pessoal e profissional (MARTINS, 2015; MARTINS; DONADONE, 2018; ÇAKMAK *et al.*, 2018). As práticas e as interações diárias, fazem com que os atores sejam inseridos e estimulados em um determinado espaço social (HILL, 2018), por exemplo, se a família tem uma trajetória empreendedora, é quase que um caminho natural que existam empreendedores nas gerações seguintes (BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; SOROKIN, 2001).

Assim os empreendedores são atores que compreendem quais capitais possuem significado dentro do espaço em que estão inseridos, e a mobilização e a conversão de capitais são processos que ajudam na exploração de oportunidades e no ganho de legitimidade dentro desse espaço social (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; CLOUHG *et al.*, 2019; PRET *et al.*, 2016). Logo, desenvolvemos uma apreciação do empreendedor como socialmente situado e socialmente representado (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019).

A aquisição dos capitais ocorre ao longo da trajetória do ator, através das diversas relações sociais inseridas nos dispositivos institucionais de uma sociedade, como a família,

o mercado e a comunidade (BOURDIEU, 1986; KABBER, 1999). Podemos destacar o papel das redes sociais que se estabelecem a partir de estratégias pessoais para institucionalização de relações de confiança resultando no acesso a recursos (PORTES, 2000).

Compreendendo a importância do empreendedorismo, aqui destacado por meio dos empreendedores de *startups* de tecnologia, esse trabalho busca compreender quem são esses empreendedores não pela perspectiva dominante, mas sim por meio da perspectiva de capitais, em que o empreendedor é um ator influenciado pelo contexto social (BOURDIEU, 1986; DE CLERQ; VORONOV, 2009; PRET *et al.*, 2016; TATLI *et al.*, 2014). Buscamos identificar e analisar os capitais mobilizados e convertidos ao longo de suas trajetórias, qual a importância para a fundação e o desenvolvimento de seus negócios e como o espaço social onde estão inseridos contribui para a atividade empreendedora.

Logo, para a realização dessa pesquisa a perspectiva de capitais, considerando os capitais econômico, cultural, social, simbólico (BOURDIEU, 1986) e capital humano (COLEMAN, 1988), foi adotada como embasamento teórico, e o trabalho foi construído em etapas por meio de três artigos.

O primeiro artigo trata de uma revisão sistemática de literatura, com a finalidade de compreender como os tópicos empreendedorismo e capitais foram empregados de forma conjunta na literatura. O segundo artigo é um trabalho qualitativo, construído no sentido de compreender a mobilização, conversão e a circularidade de capitais ao longo da trajetória dos empreendedores e como esses capitais foram utilizados na fundação e desenvolvimento das *startups* de tecnologia. E o último artigo é um trabalho quantitativo, com o emprego de análise descritiva e análise de correspondência múltipla em que buscamos compreender se o espaço social e os capitais que os empreendedores mobilizaram ao longo de suas trajetórias facilitaram o acesso aos recursos e capitais empregados para a fundação e o desenvolvimento das *startups de tecnologia*.

1.1. Problema de Pesquisa

A literatura contribuiu para elucidar a importância e a relevância do tema, uma vez que o empreendedorismo é um tema que vem ganhando destaque devido a sua importância para o desenvolvimento econômico e social, além de promover a inovação e o

advento de novos paradigmas e padrões de comportamento, em que destacamos as *startups* de tecnologia (ACS, 2006; FERREIRA *et al.*, 2015; KRITIKOS, 2014; MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006; OMRI, 2020; ZSUZSANNA *et al.*, 2012).

Adotando como objeto de análise, os fundadores de *startups* tecnologia. Atores relacionados com alto capital intelectual, estabelecimento de redes sociais, aprendizagem organizacional, cultura de compartilhamento do conhecimento, incerteza, criatividade, capacidade de adaptação e mobilização de recursos (MARCH-CHORDA, 2004; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012).

Há uma exaltação desse empreendedor como um tipo incomum, possuidor de características únicas e muitas vezes retratado como um ator atomizado. Essa pesquisa visa oferecer uma alternativa a esse paradigma e propor uma ampliação na análise acerca das variáveis que tornam um indivíduo empreendedor. Ressaltando a influência do contexto social, dos capitais e recursos adquiridos ao longo de sua trajetória e do espaço social onde os atores estão inseridos.

Buscamos responder a seguinte questão geral de pesquisa: *“Os empreendedores seriam atores sociais que ocupam posição privilegiada no espaço social o que lhes permitiu mobilizarem e converterem capitais ao longo de suas trajetórias empregando esses recursos na fundação e desenvolvimento das startups de tecnologia?”*

Dessa forma esse estudo adotará como lentes teóricas a sociologia econômica e a importância dos capitais (BOURDIEU, 1986; MARTINS, 2015; MARTINS; DONADONE, 2018; CORRÊA; VALE, 2014). No sentido de buscar responder essa questão geral, esse trabalho foi feito em etapas que deram origem a três artigos que serão apresentados na segunda parte.

1.2. Objetivo geral e objetivos específicos

Este trabalho tem como objetivo geral identificar e analisar como os empreendedores mobilizam e convertem capitais ao longo de suas trajetórias dentro do espaço social em que estão inseridos e qual a influência desses capitais para a fundação e o desenvolvimento das startups de tecnologia.

Esse trabalho foi construído em etapas por meio da elaboração de três artigos e os objetivos específicos e o respectivo artigo estão representados no quadro 1:

Quadro 1: Apresentação Artigos - Problema de pesquisa e Objetivos Específicos

Artigo	Problema de pesquisa e Objetivos específicos	Método	Coleta
<p>Artigo 1: “Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura”</p>	<p>Problema de pesquisa: <i>Como a teoria e prática de Bourdieu, com destaque a perspectiva de capitais, pode ser empregada como alternativa à perspectiva dominante na compreensão do empreendedor?”</i></p> <p>OE1: Compreender como a perspectiva de capitais foi empregada no sentido de conhecer o empreendedor; OE2: Identificar quais são as formas de capitais; OE3: Como esses capitais são mobilizados pelos empreendedores;</p>	<p>Pesquisa Bibliográfica com análise bibliométrica e análise de conteúdo</p>	<p>Revisão sistemática de Literatura</p>
<p>Artigo 2: “Dimensão social dos empreendedores de startups de tecnologia: mobilização e conversão de capitais”</p>	<p>Problema de pesquisa: <i>Qual é o papel dos capitais mobilizados ao longo das trajetórias dos empreendedores para a fundação e o desenvolvimento das startups de tecnologia?</i></p> <p>OE1: Analisar a mobilização, conversão e circularidade de capitais ao longo da trajetória dos empreendedores de startups; OE2: Analisar a importância desses capitais para a fundação e desenvolvimento de startups;</p>	<p>Pesquisa qualitativa, com a realização de estudos de caso</p>	<p>Entrevista semi-estruturada com 5 empreendedores de startups de tecnologia</p>
<p>Artigo 3: “Espaço social e a trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais”</p>	<p>Problema de pesquisa: <i>Qual a influência do espaço social e dos capitais mobilizados ao longo das trajetórias dos empreendedores no acesso aos recursos e capitais para a fundação e o desenvolvimento das startups?”</i></p>	<p>Pesquisa quantitativa com o emprego de análise descritiva e análise de correspondência múltipla</p>	<p>Survey com aplicação de questionário junto a 192 empreendedores de startups de tecnologia</p>

	<p>OE1: Identificar e analisar descritivamente as características dos empreendedores de startups;</p> <p>OE2: Identificar os capitais mobilizados e convertidos ao longo de suas trajetórias e que foram empregados na fundação e desenvolvimento das startups;</p> <p>OE3: Compreender se o espaço social em que eles estão inseridos facilita o acesso a esses capitais.</p>		
--	---	--	--

Fonte: Elaborado pela autora

1.3 Justificativa

Do ponto de vista teórico esse trabalho contribui com a integração de um referencial teórico multidisciplinar para analisar a ação empreendedora. Propondo uma alternativa à perspectiva dominante do *mainstream* da economia bem como aos métodos positivistas e funcionalistas.

O ator retratado nesse trabalho será analisado sob a ótica da Sociologia Econômica, em que a ação social “orienta-se pelo comportamento passado, presente ou esperado como futuro dos outros” (WEBER, 2000). Serão tratados os conceitos de capitais e recursos (BOURDIEU, 1986). Tais conceitos auxiliarão na compreensão de como o empreendedor de *startup* não é um ator isolado, mas que age em um contexto social que o favorece, mobilizando recursos ao longo de sua trajetória e como isso reflete em sua ação dentro do espaço social, já que ele passa a compreender as "regras do jogo", resultando na legitimação de sua posição (MARTINS, 2015; ALMEIDA, 2015; MARTINS; DONADONE, 2018; BOURDIEU, 1986).

Do ponto de vista empírico, sabe-se que o empreendedorismo ocupa um papel de destaque no desenvolvimento econômico e social (ACS, 2006; ZSUZSANNA *et. al.*, 2012). O Brasil é considerado um país empreendedor, já que quase um terço de sua população economicamente ativa está envolvida com alguma atividade empreendedora (GEM, 2020; ZEN; FRACASSO, 2008).

Esse estudo permitirá um aprofundamento das variáveis que afetam a ação empreendedora, propondo uma reflexão de como os capitais estão distribuídos no espaço social e como essa distribuição pode ser distintiva e restrita a uma pequena parcela da sociedade. Buscamos então propor formas de ampliar o acesso a esses capitais de maneira mais abrangente a um maior número de pessoas, como por exemplo por intermédio de políticas públicas, ajudando a promover o empreendedorismo de impacto.

1.4 Estrutura da Tese

Para responder à questão de pesquisa e atender os objetivos propostos nesse trabalho optamos por realizar o trabalho em etapas, que resultaram em três artigos e que serão apresentados a seguir. A tese está dividida em três partes, na primeira parte temos a introdução, com a apresentação do tema de pesquisa.

Na segunda parte apresentaremos os três artigos que compõem essa tese. O primeiro artigo corresponde a um trabalho teórico intitulado “*Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura*”, construído a partir de uma Revisão Sistemática de Literatura em que buscamos compreender como os tópicos empreendedorismo e capitais, no sentido da perspectiva de Pierre Bourdieu, foram empregados de forma conjunta na literatura bem como identificar as formas de capitais tratadas na literatura. Os resultados obtidos serviram de guia para a produção dos dois próximos artigos.

O segundo artigo, intitulado “*Dimensão social dos empreendedores de startups de tecnologia: mobilização e conversão de capitais*”, foi um trabalho empírico de natureza qualitativa, com a realização de um estudo de caso com entrevistas semiestruturadas com 5 empreendedores que fundaram *startups* de tecnologia e que são considerados casos de sucesso. Esse trabalho permitiu identificar e analisar como os empreendedores mobilizam e convertem capitais sendo possível observar que esse processo é dinâmico, que nomeamos como circularidade de capitais. Ainda observamos a importância desses capitais para a fundação e o desenvolvimento das *startups*.

E por último, temos o terceiro artigo intitulado “*Espaço social e trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais*”, um trabalho empírico quantitativo, com o emprego de *survey* a partir da aplicação de questionários estruturados em uma amostra de 192 empreendedores de *startups*. Os dados foram analisados de forma

descritiva e por meio da Análise de Correspondência Múltipla. Esse trabalho permitiu uma ampliação dos achados do segundo artigo, em que conseguimos identificar os capitais mobilizados e convertidos pelos empreendedores bem como observar como a origem social facilitou o acesso a esses recursos que foram empregados na fundação e no desenvolvimento das startups.

A terceira parte dessa tese é a apresentação da conclusão geral do trabalho, em que fazemos um apanhado dos principais achados dos trabalhos bem como quais são as implicações teóricas e empíricas.

Referências

ACS, Z.L; SZERB, L. Entrepreneurship, economic growth and public policy. **Small Business Economics**, v. 28, p. 109-122, 2007. DOI: [10.1007/s11187-006-9012-3](https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3).

ALDRICH, H.E. **Entrepreneurship**. In: N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, p. 451-477. Princeton University Press, 2005.

ALMEIDA, W. M. Os herdeiros e os bolsistas do ProUni na cidade de São Paulo. **Educação & Sociedade**, v. 36, p. 85-100, 2015.

ANDERSON, A.R. Conceptualising entrepreneurship as economic ‘explanation’ and the consequent loss of “understanding”. **International Journal of Business and Globalisation**, v. 14, n°. 2, p.145–157, 2015. DOI: [10.1504/IJBG.2015.067432](https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.067432).

ANDERSON, A. **The economic reification of entrepreneurship: re-engaging with the social**. In: A. Fayolle, & Riot, P. (Eds.) *Rethinking entrepreneurship: debating research orientations*, p. 44-56. Abingdon: Routledge, 2015.

AUTIO, E.; YLI-RENKO, H. New, technology-based firms in small open economies—An analysis based on the Finnish experience. **Research Policy**, v. 26, n°. 9, p. 973–987, 1998.

BAGHEL, D.; PARTHASARATHY, D. Knowledge Generation for Innovation in Ayurvedic Cosmetics MSMEs: Investigating Entrepreneur’s Cultural and Symbolic Capital. **Science, Technology and Society**, v. 24, n°. 1, p. 101–121, 2019. DOI: [10.1177/0971721818821795](https://doi.org/10.1177/0971721818821795).

BASOV, N. The ambivalence of cultural homophily: Field positions, semantic similarities, and social network ties in creative collectives. **Poetics**, v. 78, 101353, 2019. DOI: [10.1016/j.poetic.2019.02.004](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.02.004).

BAUMOL, W. **The Microtheory of Innovative Entrepreneurship**. Princeton University Press, 2010.

BOURDIEU, P. **The forms of capital**. In: J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, p. 241-258. Greenwood Ln, 1986.

BOURDIEU, P. Social space and symbolic power. **Sociological Theory**, v. 7, n°. 1, p. 14-25, 1989. DOI: [10.2307/202060](https://doi.org/10.2307/202060).

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Papirus Editora, 1996.

BOWMAN, D. Men's business: Negotiating entrepreneurial business and family life. **Journal of Sociology**, v. 43, n°. 4, p. 385-400, 2007. DOI: [10.1177/1440783307083232](https://doi.org/10.1177/1440783307083232).

BRAIDFORD, P.; DRUMMOND, I.; STONE, I. The impact of personal attitudes on the growth ambitions of small business owners. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 24, n°. 4, p. 850-862, 2017. DOI: [10.1108/JSBED-02-2017-0035](https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0035).

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; McCABE, S. Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. **Annals of Tourism Research**, v. 72, p. 37-47, 2018. DOI: [10.1016/j.annals.2018.06.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.003).

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; SELWYN, T. Informal tourism entrepreneurs' capital usage and conversion. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n°. 18, p. 2250-2265, 2019. DOI: [10.1080/13683500.2018.1448763](https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448763).

CLOUGH, D.R., *et al.* Turning lead into gold: How do Entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? **Academy of Management Annals**, v. 13, n°. 1, p. 240-271, 2019. DOI: [10.5465/annals.2016.0132](https://doi.org/10.5465/annals.2016.0132).

COLBARI, A.L.A. Retórica do Empreendedorismo e a Formação para o Trabalho na Sociedade Brasileira. **Revista Sinais**, v. 1, n°. 1, 2007. DOI: [10.25067/s.v1i01.2681](https://doi.org/10.25067/s.v1i01.2681).

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94 (S95-S120), 1988. DOI: [10.1086/228943](https://doi.org/10.1086/228943).

CORRÊA, V.S.; VALE, G.M.V. Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias. **Revista de Administração**, v. 49, n°. 1, p. 77-88, 2014.

COSTA, A.D.S.M.; SARAIVA, S.L.A. Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. **Organization**, v. 19, n°. 5, p. 587-614, 2012. DOI: [10.1177/1350508412448696](https://doi.org/10.1177/1350508412448696).

DAHLSTRAND, A.L.; STEVENSON, L. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. **Annals of Innovation & Entrepreneurship**, v. 1, n°. 1, p. 5602, 2010. DOI: [10.3402/aie.v1i1.5845](https://doi.org/10.3402/aie.v1i1.5845).

DALMARCO, G.; HULSINK, W.; BLOIS, G.V. Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 135, p. 99-111, 2018. DOI: [10.1016/j.techfore.2018.04.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.015).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. Toward a practice perspective of entrepreneurship: Entrepreneurial legitimacy as habitus. **International Small Business Journal**, v. 27, n°. 4, p. 395-419, 2009. DOI: [10.1177/0266242609334971](https://doi.org/10.1177/0266242609334971).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. The role of domination in newcomers' legitimation as entrepreneurs. **Organization**, v. 16, n°. 6, p. 799-827, 2009. DOI: [10.1177/1350508409337580](https://doi.org/10.1177/1350508409337580).

DRAKOPOULOU-DODD, S; JACK, S.; ANDERSON, A. R. From admiration to abhorrence: the contentious appeal of entrepreneurship across Europe. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 1-2, p. 69-89, 2013.

DRAKOPOULOU-DODD, S., *et al.* A Bourdieu an analysis of qualitative authorship in entrepreneurship scholarship. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n°. 4, p. 633-654, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12125](https://doi.org/10.1111/jsbm.12125).

FERREIRA, M.P.; REIS, N.R.; MIRANDA, R. Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 5, n°. 1, p. 1-22, 2015. DOI: [10.1186/s40497-015-0035-6](https://doi.org/10.1186/s40497-015-0035-6).

FONTENELE, R.E.S. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n°. 6, p. 1094-1112, 2010.

FORSON, C., *et al.* **Multi-level approaches to entrepreneurship and small business research-transcending dichotomies with Bourdieu**. In: E. Chell & M. Karataş-Özkan (Eds), *Handbook of research on small business and entrepreneurship*, p. 54-69. Edward Elgar Publishing, 2014.

GARTNER, W. B. Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. **Journal of Business Venturing**, v. 8, n.3, p. 231-9, 1993

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Monitor Global Entrepreneurship 2019/2020**. UK, 2020.

GIDDENS, A. Agency, structure. In: _____. **Central problems in social theory**. Palgrave, London, 1979. p. 49-95;

GUERRERO, M.; URBANO, D. The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 294-309, 2017. DOI: [10.1016/j.techfore.2016.06.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.015).

HÉBERT, R.F.; LINK, A. Historical Perspectives on the Entrepreneur. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 2, n°. 4, p. 261-408, 2010. DOI: [10.1561/03000000008](https://doi.org/10.1561/03000000008).

HILL, I. How did you get up and running? taking a bourdieuan perspective towards a framework for negotiating strategic fit. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 30, n°. 5-6, p. 662-696, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2018.1449015](https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1449015).

JOHNSEN, C.G.; SØRENSEN, B.M. Traversing the fantasy of the heroic entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n°. 2, p. 228-244, 2016. DOI: [10.1108/IJEBr-01-2016-0032](https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2016-0032).

JONES, S. “You would expect the successful person to be the man”: Gendered symbolic violence in UK HE entrepreneurship education. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 7, n°. 3, p. 303-320, 2015. DOI: [10.1108/IJGE-03-2013-0025](https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2013-0025).

JONES, S. Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. **International Small Business Journal**, v. 32, n°. 3, p. 237-258, 2014. DOI: [10.1177/0266242612453933](https://doi.org/10.1177/0266242612453933).

KABEER, Naila et al. **The conditions and consequences of choice: reflections on the measurement of women's empowerment**. Geneva: UNRISD, 1999.

KARATAŞ-ÖZKAN, M.; CHELL, E. Gender inequalities in academic innovation and enterprise: A bourdieuan analysis. **British Journal of Management**, v. 26, n°. 1, p. 109-125, 2015. DOI: [10.1111/1467-8551.12020](https://doi.org/10.1111/1467-8551.12020).

KIRZNER, I.M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n°. 1, p. 60–85, 1997.

KORSGAARD, S.; ANDERSON, A. Enacting entrepreneurship as social value creation. **International Small Business Journal**, v. 29, n°. 2, p. 135-151, 2011. DOI: [10.1177/0266242610391936](https://doi.org/10.1177/0266242610391936).

KRITIKOS, A.S. Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. **IZA World of labor**, 2014. Disponível em: <https://wol.iza.org/uploads/articles/8/pdfs/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2020

LASSO, S.; MAINARDES, E.; MOTOKI, F. Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n°. 1, p. 233-255, 2019. DOI: [10.1007/s11365-017-0445-8](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0445-8).

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M.A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n°. 6-7, p. 545-564, 2001. DOI: [10.1002/smj.188](https://doi.org/10.1002/smj.188).

LOUNSBURY, M.; GEHMAN, J.; ANN GLYNN, M. Beyond *Homo Entrepreneurus*: Judgment and the Theory of Cultural Entrepreneurship. **Journal of Management Studies**, v. 56, n.º. 6, p. 1214-1236, 2019. DOI: [10.1111/joms.12429](https://doi.org/10.1111/joms.12429).

MARCH-CHORDA, I. Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 4, n.º. 2-3, p. 228-247, 2004. DOI: [10.1504/IJEIM.2004.004758](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2004.004758).

MARTINS, T. J. Desejo, necessidade e realidade: os marcadores culturais e econômicos e suas implicações ocupacionais para o grupo profissional de engenheiros de produção no Brasil. 2015. 470 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.

MARTINS, T. J.; DONADONE, J. C. Realidade e desejo: as trajetórias formativas e profissionais de um grupo de elite no mundo das finanças. **Estudos de Sociologia, [S. l.]**, v. 22, n. 43, 2018. DOI: [10.52780/res.10106](https://doi.org/10.52780/res.10106). Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/10106>. Acesso em: 13 mar. 2021.

MCCLELLAND, D.C. **The Achievement Motive in Economic Growth**. In: P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and Economic Development*, p. 108-122. The Free Press, 1971. McKEEVER, ANDERSON, JACK, 2014;

MURPHY, P.J.; LIAO, J.; WELSCH, H.P. A conceptual history of entrepreneurial thoughtnull. **Journal of Management History**, v. 12, n.º. 1, p. 12–35, 2006.

NICHOLSON, L.; ANDERSON, A.R. News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense–Making and Sense–Giving. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n.º. 2, p. 153–172, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x).

OGBOR, J.O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n.º. 5, p. 605-635, 2000. DOI: [10.1111/1467-6486.00196](https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196).

OMRI, A. Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. **Journal of Business Research**, v. 108, p. 277-290, 2020. DOI: [10.1016/j.jbusres.2019.11.027](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027).

PAGANO, A.; PETRUCCI, F.; BOCCONCELLI, R. A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. **Journal of Business Research**, v. 92, p. 455-464, 2018. DOI: [10.1016/j.jbusres.2018.07.012](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.012).

PORTES, A.. Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 33, p. 133-158, 2000.

PRET, T.; SHAW, E.; DRAKOPOULOU-DODD, S. Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. **International Small Business Journal**, v. 34, n° 8, p. 1004-1027, 2016. DOI: [10.1177/0266242615595450](https://doi.org/10.1177/0266242615595450).

REID, S. The generative principles of lifestyle enterprising: dialectic entanglements of capital-habitus-field. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 27, n° 3, p. 629-647, 2020. DOI: [10.1108/IJEER-10-2018-0688](https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2018-0688).

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press, 1934.

SCOTT, M. Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. **Poetics**, v. 40, n° 3, p. 237-255, 2012. DOI: [10.1016/j.poetic.2012.03.002](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002).

SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 11, n° 1, p. 42-57, 2005. DOI: [10.1108/13552550510580834](https://doi.org/10.1108/13552550510580834).

SEXTON, D.L.; SMILOR, R.W. **Entrepreneurship 2000**. Upstart Publishing Company, 1997.

SHAW, E.; WILSON, J.; PRET, T. The process of embedding a small firm in its industrial context. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 35, n° 3, p. 219-243, 2017. DOI: [10.1177/0266242616671170](https://doi.org/10.1177/0266242616671170)

SOROKIN, P. **Social and cultural mobility**. In: D. Grusky (Org.). Social stratification: class, race and gender in sociological perspective. Bolder: Westview Press, 2001.

STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 16, n° 3, p. 179-196, 2004. DOI: [10.1080/0898562042000197135](https://doi.org/10.1080/0898562042000197135)

TATLI, A., *et al.* A Bourdieuan relational perspective for entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n° 4, p. 615-632, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12122](https://doi.org/10.1111/jsbm.12122).

TRIMI, S.; BERBEGAL-MIRABENT, J. Business model innovation in entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n° 4, p. 449-465, 2012. DOI: [10.1007/s11365-012-0234-3](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3).

WEBER, M. **Economia e Sociedade**. Brasília: Editora UNB, 2000

YESSOUFOU, A.W.; BLOK, V.; OMTA, S.W.F. The process of entrepreneurial action at the base of the pyramid in developing countries: a case of vegetable farmers in Benin. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 30, n° 1-2, p. 1-28, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2017.1364788](https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1364788).

ZEN, A.C.; FRACASSO, E.M. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n.º. 8, p. 135–150, 2008.

ZSUZSANNA, S.K. *et al.*,. Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU. **Procedia Economics and Finance**, v. 3, n.º. 12, p. 268–275, 2012

SEGUNDA PARTE

Artigo 1 - Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura

Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura

Resumo: Por meio de uma revisão sistemática de literatura buscamos objetivar como a perspectiva de capitais foi empregada no sentido de conhecer o empreendedor, identificar as formas de capitais e como esses capitais são mobilizados pelos empreendedores em suas trajetórias. A partir da busca na base de dados *Scopus*, por meio de uma *string* pré-definida, foram selecionados 124 trabalhos, que foram analisados de forma quantitativa por meio de análise bibliométrica e de forma qualitativa, com a análise dos conteúdos. Na análise bibliométrica, observamos que os trabalhos encontrados são relativamente recentes, a partir dos anos 2000, e a maioria dos trabalhos foram produzidos em países como Reino Unido, Canadá, Holanda e Estados Unidos, demonstrando uma escassez de trabalho em economias emergentes. Muitos dos trabalhos aplicam os conceitos como capital humano, capital social e redes sociais, revelando o emprego de outros autores além de Bourdieu, como Coleman e Granovetter. Na etapa qualitativa, realizada por meio da análise dos conteúdos dos artigos, foi possível identificar as formas de capitais - econômico, cultural e humano, social e simbólico - e como são mobilizados. Observamos que o emprego dos conceitos de Bourdieu para o estudo do empreendedorismo é uma alternativa às perspectivas dominantes, ampliando a compreensão do empreendedorismo como um processo social e o empreendedor como um ator influenciado pelo contexto, que almeja legitimidade e emprega os capitais em estratégias na busca por posição no espaço social.

Palavras-Chave: Revisão Sistemática Literatura. Capitais. Bourdieu. Empreendedor. Empreendedorismo.

1. Introdução

As transformações ocorridas na ideia do que é o empreendedorismo e qual a sua função, de certa forma, dialogam com as mudanças na sociedade e a sua evolução, como a mudança de uma sociedade baseada na produção agrária para uma economia mercantil, passando para uma sociedade industrial, precedente a sociedade contemporânea, no qual o empreendedor ocupa papel de destaque (VALE, 2014).

O grande interesse por estudos sobre o empreendedorismo foi impulsionado pelo reconhecimento do seu impacto no crescimento econômico e nos sistemas de mercado (MURPHY *et al.*, 2006). Apesar de não haver uma unanimidade sobre a definição do que é empreendedorismo, muitas delas se baseiam na ideia de qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova

empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GUPTA *et al.*, 2014; GEM, 2020).

Uma das grandes questões acerca do empreendedor é quanto à sua origem, se eles nascem empreendedores ou são moldados ao longo de sua trajetória (ALDRICH, 2005; GARTNER, 1989). Apesar da diversidade de estudos sobre o empreendedor, uma questão é comum a quase todas elas, “o que separa o empreendedor daqueles que não são, o que desencadeia a busca por exploração de oportunidades em alguns casos, mas não em outros?” (VENKATARAMAN, 1997, p. 124).

Diversas áreas de estudos buscaram compreender quem são os empreendedores, como a psicologia (McCLELLAND, 1971; SEGAL *et al.*, 2005), a gestão (FERREIRA *et al.*, 2015), com uma predominância para a perspectiva do *mainstream* da economia (BAUMOL, 2010; KIZNER, 1979, SCHUMPETER, 1934), em que o empreendedor é visto como um ator atomizado, um tipo incomum, com características únicas (NICHOLSON; ANDERSON, 2005).

Vários estudos demonstram que existem diversos fatores além da motivação de um único indivíduo. O empreendedorismo é um processo complexo no qual vários atores interagem, estabelecendo redes de interação e contato, que favorecem o trânsito de capitais e recursos (CASTILLA *et al.*, 2000; CORRÊA; VALE, 2014; FLIGSTEIN, 2007; GRANOVETTER, 1985)

No sentido de ampliar essa discussão a Teoria e Prática de Bourdieu surge como uma alternativa à perspectiva dominante (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; BRAIDFORD *et al.*, 2017; LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; REID, 2020), por meio do emprego da prática relacional e conceitos como campo, capitais e *habitus* (BOWMAN, 2007; LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; TATLI *et al.*, 2014).

Consideramos que a Teoria e Prática de Bourdieu, em especial a teoria de capitais, nos ajudará a compreender os empreendedores de *startups* de tecnologia, já que uma das questões centrais para o empreendedorismo são os recursos e os capitais mobilizados e convertidos pelos atores e como eles são utilizados para explorar uma oportunidade (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; CLOUGH *et al.*, 2019; PRET *et al.*, 2016).

Esse trabalho tem como pergunta de pesquisa “*Como a teoria e prática de Bourdieu, com destaque à perspectiva de capitais, pode ser empregada como alternativa a perspectiva dominante na compreensão do empreendedor?*”

Os objetivos desse trabalho são, por meio de uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), compreender como a perspectiva de capitais de Bourdieu pode ser empregada no sentido de conhecer o empreendedor, buscando identificar quais são as formas de capitais e como esses capitais são mobilizados pelos empreendedores, além de contemplar possíveis lacunas de pesquisa. Pretendemos também utilizar análise bibliométrica para identificar os principais temas abordados em torno das temáticas do empreendedorismo e capitais, os autores e trabalhos mais relevantes, as principais palavras-chave, os métodos e abordagens de pesquisa mais utilizados.

Adotamos como objeto de análise os empreendedores de *startups*, por ser um fenômeno que vem ganhando cada vez mais destaque e relevância, seja pelo impacto positivo no desenvolvimento econômico e social, seja por serem responsáveis por grandes mudanças na sociedade (DALMARCO *et al.*, 2018; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012; FERREIRA *et al.*, 2015; OMRI, 2020)

Embora o emprego da perspectiva *bourdieusiana* como forma de analisar o empreendedorismo e os empreendedores não seja algo novo, os trabalhos ainda são escassos (BRAIDFORD *et al.*, 2017; SHAW; WILSON, PRET, 2017). Dessa forma, esse trabalho visa traçar um panorama sobre o tema e trazer novos *insights* para o estudo do empreendedorismo.

A partir da introdução, o artigo segue estruturado da seguinte forma: referencial teórico, com a contextualização do empreendedorismo, sociologia econômica e capitais, método de pesquisa, resultados das buscas, com a apresentação da análise bibliométrica e a análise dos conteúdos e dos temas, e por último a discussão e trabalhos futuros.

2. Breve histórico e contextualização da origem da figura “empreendedor”

Ao longo da história o empreendedor desempenhou papéis em diversas áreas do conhecimento, se destacando na Economia, onde o empreendedor tem sido considerado um ator fundamental nas teorias de produção, distribuição e crescimento, assumindo diversas funções, como o de coordenador, árbitro, inovador e portador de incertezas (BARRETO, 1989).

Muito têm-se questionado sobre as origens da figura empreendedor, de acordo com Braudel (1982) os primeiros relatos da palavra *entrepreneur* (empreendedor), datam

de 1709. Porém a palavra só foi utilizada como sinônimo de um indivíduo que controla uma empresa em 1770, com Abbé Galiani, sendo amplamente difundida por Saint Simon a partir de 1823 (VALE, 2014).

Lembra-te que tempo é dinheiro. Aquele que pode receber dez xelins por dia de trabalho, e que perambula ociosamente, ou fica desocupado metade do dia, embora gaste apenas seis pence durante sua diversão ou em sua mândria, não deve contabilizar esta como sua única despesa; ele despendeu, ou, antes jogou fora, cinco xelins a mais (...) Lembra-te que o dinheiro é de natureza prolífica, geradora. Dinheiro pode gerar dinheiro, e sua prole pode gerar ainda mais, e assim por diante (...)(WEBER, 2004, p.52).

Em *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, Weber (2004) ilustra a transformação das atividades econômicas. Inicialmente o empreendimento era tradicional, o empreendedor exercia uma atividade meramente empresarial, o capital era investido no negócio, a contabilidade era um processo racional, a sua forma de vida e de lidar com os clientes era linear e costumeira, sua atividade não lhe permitia grandes extravagâncias mas permitia uma vida respeitável.

Porém em algum momento isso muda, algum jovem altera a forma de produção, seleciona os tecelões que serão empregados e os supervisiona com mais rigor, transformando então o camponês em operário, introduz a lógica do preço baixo e alto giro, essas pessoas não desejam apenas uma vida pacata mas sim uma vida de ganhos (WEBER, 2004).

Murphy, Liao e Welsch (2006) apresentam uma análise histórica para compreender e explicar a evolução do pensamento empreendedor como tentativa de identificar uma base conceitual. Os autores consideraram diversos processos sociais, com destaque para a inovação e o trabalho, para então realizar uma divisão em três períodos: pré-histórico (antes de 1780), econômico (entre 1780 e 1984) e o multidisciplinar (após 1984), em que consideraremos à partir do período econômico, essa escolha se dá pela configuração econômica e social que promulga a consolidação da atividade empreendedora.

No período econômico, o livre comércio, a especialização e a competição são tidas como virtudes (RICARDO, 1817; SMITH, 1776). A inovação e a coordenação passam a ocupar o lugar da propriedade e do *status* social como promotores do empreendedorismo, como por exemplo um agricultor que explorava terra de outras

peessoas, através de contratos, ou ainda os artesãos, os fabricantes e os comerciantes são exemplos de empreendedores, são pessoas que compravam os insumos a um determinado preço e vendendo seus produtos por um preço mais alto (CANTILON, 1755). Em meados do século XVII, no contexto da revolução industrial inglesa, fez com que os empreendedores descobrissem novos nichos e oportunidades, passa-se a observar uma nova categorização social: proprietários de terras, capitalistas e os trabalhadores.

De acordo com Say (1803) a partir dessa categorização os meios de produção foram divididos em: terra, capital e indústria humana, sendo essa última responsável por introduzir a noção de risco para além da noção do empreendedor como mero coordenador, mas sim como mobilizador de recursos como matéria prima e mão de obra, além de engajar o mercado consumidor.

No início dos anos 1800 ocorre a expansão do comércio externo. Os empresários passam a reconhecer outras oportunidades e decidir sobre eles, são introduzidas as ideias do empreendedor em movimento (p. ex. vender / transferir um negócio). Perto do fim do século XIX na análise da atividade econômica passa-se a considerar também a subjetividade e as relações interpessoais, logo, os fatores sociais, políticos e culturais passaram a ocupar papel de destaque nos fenômenos e problemas de mercado. O período entre 1920 e 1930 foi de incerteza. A atividade empreendedora passa a ser um mecanismo de mudança que desestabiliza a ordem com a introdução de novos bens, serviços, modos de produção, mercados, matéria prima e inovação. A essa atividade Schumpeter (1934) dá o nome de “destruição criativa”.

Entre a década de 1950 e meados da década de 1980, é inserido o papel do conhecimento, como recurso crítico e disperso, sendo essencial e suficiente para a atividade empreendedora (VENKATARAMAN, 1997). Os fatores psicológicos ajudam a explicar o empreendedorismo. Os erros e a ineficiência são fontes de oportunidade (KIRZNER, 1997).

O período multidisciplinar se estende até os dias atuais e toma contornos à partir do desenvolvimento dos estudos sobre o empreendedorismo baseados na ação entre a interação do indivíduo e o ambiente. Existem fatores ambientais que afetam o empreendedorismo, com novas tecnologias, os mercados, população organizacional, diretrizes políticas, estruturas legais e institucionais (GNYWALI; FOGEL, 1994; REYNOLDS, 1991).

Sugere uma complementação de perspectivas ao invés da centralização da análise apenas no empreendedor ou no ambiente, passando a considerar também a relação dos recursos com a existência de oportunidades para o empreendedorismo (SHANE; VENKATARAMAN, 2000). A ação empreendedora reside em todos os níveis da economia, desde o indivíduo, até as empresas, instituições públicas, e o próprio sistema.

É uma abordagem baseada na oportunidade, ultrapassando as perspectivas baseadas apenas em características específicas dos empreendedores, firmas e o ambiente, integrando fatores complementares, como a importância do conhecimento e das redes de contato. Esse período abre discussões para diversos fenômenos como: i) a importância das estruturas de redes como meio de acesso ao conhecimento e a informação, tidos como requisitos para o empreendedorismo; ii) a importância da distribuição de recursos e o seu papel na descoberta empreendedora.

Percebe-se, então, que as revoluções sociais e tecnológicas foram capazes de moldar o contexto em que ocorreram além de atribuir diversos significados ao empreendedor "desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações coletivas visando à redução da desigualdade social" (ZEN; FRACASSO, 2008, p. 137).

É nesse contexto que *startups* de tecnologia vêm ocupando os debates e ganhando destaque a partir da década de 1990 (FERREIRA *et al.*, 2015; OMRI, 2020). As *startups* de tecnologia passaram a fazer parte dos debates entre pesquisadores e formuladores de políticas, por serem consideradas motor que impulsiona mudanças afetando diretamente o desenvolvimento econômico e social de um país (DAHLSTRAND; STEVENSON, 2010; DALMARCO; HULSINK; BLOIS, 2018; GUERRERO; URBANO, 2017).

As *startups* de tecnologia são empresas baseadas no conhecimento, seus processos são intensivos em tecnologia e inovação, criam bens e serviços de alto valor agregado, geralmente são de pequeno porte, operam em um ambiente dinâmico de grande incerteza, apresentam elevadas taxas de crescimento e rentabilidade e possuem um impacto direto no desenvolvimento socioeconômico (AUTIO; YLI-RENKO, 1998; DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012). Podem ser definidas como “empresas que realizam esforços tecnológicos significativos e concentram suas operações na fabricação de novos produtos” (CÔRTEZ *et al.*, 2005, p. 87).

Ainda, para Hisrich e Peter (2004), o empreendedorismo não está relacionado apenas com o aumento da produção e da produtividade, ele é também responsável por

grandes mudanças nos negócios e na sociedade. Destacamos os empreendedores de *startups* como atores inseridos na lógica de negócios desenvolvidos a partir do uso intensivo de conhecimento e inovação.

2.1 Sociologia Econômica e Capitais

A teoria do *mainstream* econômico reduz a troca à troca mercantil, que em sua forma objetiva e subjetiva está direcionada apenas a maximização de lucro, voltando seu interesse apenas valor econômico, considerando as outras trocas não-econômicas, insignificantes (BOURDIEU, 1986). Na tentativa de ampliar essa discussão, para a sociologia econômica “tudo o que a ortodoxia econômica considera como um puro dado, a oferta, a demanda, o mercado, é produto de uma construção social” (BOURDIEU, 2005, p. 17).

A Sociologia Econômica surge como uma nova perspectiva em contraponto as ciências econômicas, que passa a considerar que as organizações são um conjunto de relações sociais. Essas relações são capazes não apenas de lhes dar um formato mas também influenciam no seu surgimento e desenvolvimento, em que tanto os indivíduos quanto as organizações são afetados pelo contexto social onde estão inseridos (THORNTON, 1999; VALE; CORRÊA, 2015).

Essa perspectiva contrapõe-se a economia clássica e neoclássica ao considerar que o comportamento e as instituições são afetados pelas contínuas relações sociais, (BOURDIEU, 1986; GRANOVETTER, 1985). Dessa forma, a análise se desloca do ator individual para as estruturas sociais que derivam da interação entre organizações e indivíduos que ocupam espaços e posições de poder distintos (LOPES JUNIOR, 2002).

Quadro 1 - Sociologia Econômica e *Mainstream* Econômico – Uma comparação

Variáveis	Sociologia econômica	<i>Mainstream</i> Econômico
Conceito de Ator	O ator é influenciado por outros atores e integra grupos e sociedades;	O ator não é influenciado por outros atores - “individualismo” metodológico
Ação econômica	Diferentes tipos de ação econômica são mobilizados pelos atores, incluindo a ação racional; a racionalidade é uma variável.	Todos as ações econômicas são apreendidas como sendo racionais; A racionalidade como um pressuposto.
Constrangimentos sobre a Ação	As ações econômicas são constrangidas pela escassez de recursos, pela estrutura social e pela atribuição de sentidos	As ações econômicas são constrangidas pelas preferências e pela escassez de recursos, incluindo a tecnologia.
Relação Economia/sociedade	A Economia é tida como uma parte da sociedade; A sociedade é sempre a	O mercado e a Economia são as referências básicas; Sociedade é

	referência básica.	tomada como um “dado”
Objetivo do método de análise usado	Descrição e explicação; raramente predição;	Predição e explicação; raramente descrição
Métodos usados	Os mais diferentes métodos são usados, incluindo o histórico e o comparativo.	Método formal, especialmente modelos matematicamente construídos.
Tradição intelectual	Marx–Weber–Durkheim – Polanyi – Parsons/Smelser; Os clássicos são constantemente re-interpretados e tomados como referências.	Smith – Ricardo – Mill – Marshall– Keynes– Samuelson; Os clássicos pertencem ao passado;

Fonte: Smelser e Swedberg, 1994, p.4.

Podemos observar que a sociologia econômica amplia a forma de compreender como se dá a ação dos atores, ultrapassando a visão utilitarista e deixando de considerá-la como isenta de influência dos outros atores e passando a assumir que a ação é uma ação social, influenciada pelo contexto social, pelos diversos atores e pela disputa de recursos, que aqui trataremos como capitais.

Os atores estão inseridos em um espaço social, que pode ser compreendido como um campo de lutas em que os atores, que podem ser indivíduos ou grupos, estabelecem estratégias para garantir ou melhorar sua posição social que é ocupada de acordo com a posse de capital (BOURDIEU, 1989).

Esses capitais podem se manifestar de diversas formas, Bourdieu (2005) destaca os capitais econômico, cultural, social e o simbólico. O *capital econômico* está relacionado ao dinheiro e aos bens que ele permite acesso, o *capital cultural* se manifesta pela qualificação educacional e os bens culturais, o *capital social* está associado a participação em um grupo garantindo acesso a redes de relações, e o *capital simbólico* é a propriedade de qualquer que seja o tipo de capital, percebido e reconhecido pelos atores sociais. Ainda, Coleman (1988) destaca o *capital humano*, que corresponde ao conjunto de habilidades e conhecimentos adquiridos pela experiência do ator, ajuda o ator a melhorar sua posição no espaço.

A partir da reflexão sobre a sociologia econômica, consideramos os empreendedores de *startups* como atores sociais, inseridos em um espaço social cuja posição está relacionada aos capitais que eles mobilizaram ao longo de suas trajetórias.

3. Método

Para realização dessa pesquisa utilizamos a técnica da Revisão Sistemática de Literatura (RSL), que pode ser aplicada como ferramenta de análise e sistematização de um grande conjunto de informações, baseado em processo de coleta, análise, compreensão e síntese de um grupo de trabalhos científicos com o objetivo de fornecer base teórica e científica sobre um determinado assunto (CONFORTO; AMARAL; SILVA, 2011).

A RSL visa o emprego do rigor científico, buscando a procedência e a qualidade dos dados, reunindo a maior quantidade possível de trabalhos produzidos sobre o tema (THORPE *et al.*, 2005), por meio de busca e análise sistemática dos trabalhos científicos, permitindo ao pesquisador compreender o contexto do objeto de estudo bem como de identificar lacunas de pesquisa (TRANFIELD; DENYER; SMART, 2003)

Logo para o desenvolvimento da RSL adaptamos três etapas indicadas por Tranfield *et al.*, (2003): I) Planejamento da revisão, com a preparação da proposta de revisão e a definição do protocolo de pesquisa; II) Condução da Revisão, com a identificação da pesquisa e a seleção dos estudos; III) Trabalhos selecionados e análise, com a apresentação dos resultados. Essas etapas serão detalhadas a seguir na próxima seção.

3.1 Estágio 1: Planejamento Revisão

Na etapa que antecedeu a RSL, fizemos uma busca preliminar em diversas bases de dados, como *Web of Science*, *Scopus*, *Scielo* e *Google Acadêmico*, com a finalidade de fazer um primeiro levantamento sobre a temática principal desse trabalho “capitais” e “empreendedor”, com o objetivo de identificar os conceitos e trabalhos relevantes. A partir dos primeiros resultados, optamos por realizar a RSL com a base de dados *Scopus*, por representar uma base de dados com maior volume de periódicos e visibilidade (HARZING; ALAKANGAS, 2016; MONGEON; PAUL-HAS, 2016; VIERA; GOMES, 2009), além de ser a base que mais retornou resultados para a nossa busca.

Considerando os objetivos desse trabalho, a RSL foi dividida em análise qualitativa de conteúdo e dos temas para compreender como a perspectiva de capitais de Bourdieu pode ser empregada no sentido de conhecer o empreendedor, identificar formas

de capitais, como esses capitais são mobilizadas pelos empreendedores bem como identificar possíveis lacunas de pesquisa. Com apoio da análise bibliométrica para identificar os principais temas em torno do empreendedorismo e capitais, os autores e trabalhos mais relevantes, as principais palavras-chave, os métodos e abordagens mais utilizados.

Como o tema das *startups* de tecnologia é relativamente novo, ganhando notoriedade em meados dos anos 90 (FERREIRA *et al.*, 2015), para a realização desse estudo optamos por não fazer apenas essa delimitação, mas também considerar os tipos de empreendedorismo num sentido mais amplo.

Após a definição da questão de pesquisa e dos objetivos (Fase 1), seguimos para a definição do protocolo de pesquisa (Fase 2), que tem como objetivo definir as diretrizes da pesquisa, como a escolha das palavras-chave para a formação da *string* de busca, que é formado por um conjunto de conceitos-raiz e palavras-chave ligadas por meio de operadores booleanos, como AND ou OR (THORPE; MACPHERSON; PITTAWAY, 2005), seguido pela escolha de qual a base de dados em que será realizada a seleção dos trabalhos a serem analisados e quais os critérios de seleção, que envolvem os critérios de inclusão e exclusão.

Quadro 2 - Etapas de Revisão Sistemática de Literatura

Etapas	Objetivos	Fases	Como?
I. Planejamento da revisão	Apresentar como será feita a RSL, por meio da formulação de um protocolo de pesquisa	1. Definição da questão de pesquisa e dos objetivos da pesquisa	Busca inicial sobre o tema e reflexão sobre os achados preliminares, utilizando bases diversas como a <i>WoS</i> , <i>Scopus</i> , <i>Scielo</i> e <i>Google Acadêmico</i> , optando pela <i>Scopus</i> para RSL
		2. Definição do Protocolo de pesquisa: <i>string</i> , base de dados e os critérios de seleção	A partir dos achados e da observação de uma possível lacuna de pesquisa
II. Condução	Busca e seleção dos artigos	3. Início da seleção dos artigos	Busca nas bases <i>Scopus</i>
		4. Aplicação dos filtros de seleção	Tipos de documento, local para acesso aos documentos idioma e área de conhecimento

		5. Exportação dos dados para assistente de RSL	Exclusão de documentos duplicados e inclusão de documentos Utilização do website <i>Parsifal</i>
		6. Aplicação dos filtros de seleção de leitura	Aplicação dos filtros: Filtro 1. Título e palavras-chave Filtro 2. Resumo e Introdução Filtro 3. Leitura completa Utilização do <i>Parsifal</i>
III. Trabalhos selecionados e análise	Leitura e análise dos artigos selecionados	7. Análise bibliométrica	<i>Rstudio</i>
		8. Análise qualitativa	Responder à pergunta de pesquisa e os objetivos
		9. Considerações	Discussão dos achados

Fonte: Elaborado pelos autores

A busca preliminar da RSL ajudou a compor a *string* de busca, permitindo uma contextualização sobre o assunto e conhecer os principais conceitos envolvidos. À partir de alguns testes realizados previamente, definimos como palavras-chave centrais do estudo: “empreendedor” e “capitais”, acompanhadas de “Bourdieu”. Além dessas palavras-chave, incluímos ainda os conceitos “*habitus*”, “mobilização”, “conversão” que estão relacionados diretamente com a perspectiva de capitais (BOURDIEU, 1986), finalizando com as palavras chaves “startup” e “tech”, que são características do nosso objeto de estudo, empreendedores de startups de tecnologia (DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019). Considerando que a perspectiva de capitais de Pierre Boudieu (1986) servirá como fio condutor teórico do trabalho e o nosso objeto de pesquisa são os empreendedores, especificamente os empreendedores de startups de tecnologia e vale ressaltar que as palavras-chave foram traduzidas para o inglês.

Para compor a expressão de busca utilizamos alguns operadores *booleanos* como: “*” caractere que permite uma busca de derivações a partir de um radical; “AND” operador booleano que indica que as palavras-chave indicadas devem obrigatoriamente estar presentes nos resultados da busca; “OR” operador booleano que indica que pelo menos uma das palavras-chave indicadas deve estar presentes nos resultados da busca.

Dessa forma a expressão de busca utilizada na *Scopus* foi: (((*entrepren**) AND (*capital**) AND (*bourdieu*) AND (*habitus* OR *mobilization* OR *conversion*) AND (*social*) AND (*tech** OR *startup*))) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish")

OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Portuguese")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "ECON") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "ENGI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "MULT")) .

Optamos por alguns critérios iniciais de seleção: i) apenas artigos escritos em inglês, espanhol ou português; ii) apenas artigos publicados em periódicos; iii) das áreas de conhecimento: *Social sciences, Business management and accounting, Economics, Econometrics and finance, Engineering and multidisciplinary*. Optamos por não adotar critério de intervalo de tempo de publicação.

3.2 Estágio 2: Condução da Revisão

A partir da expressão de busca encontramos 1631 documentos na base de dados *Scopus* (Fase 3). Seguimos para a próxima etapa, a aplicação dos critérios de seleção (Fase 4), primeiramente consideramos apenas artigos publicados em periódicos, obtivemos 669 documentos, seguindo para a seleção das áreas de conhecimento, *Social sciences, Business management and accounting, Economics, Econometrics and finance, Engineering and Multidisciplinary*, chegamos em 652 documentos, e por último selecionamos apenas documentos nos idiomas inglês, espanhol e português, resultando em 640 documentos.

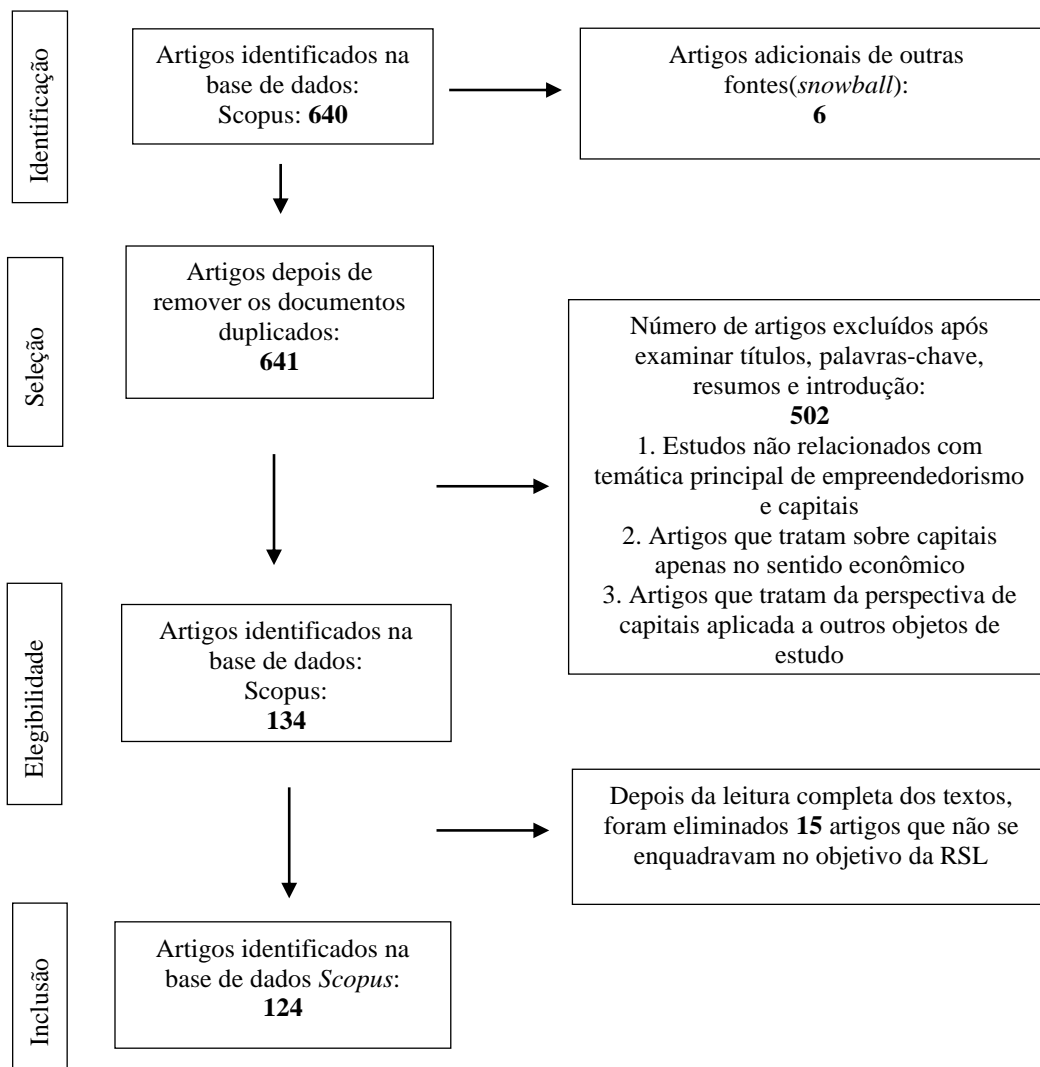
Para seguirmos para o próximo estágio da RSL (Fase 5), utilizamos o website *Parsifal Ltd. ©*, uma ferramenta de suporte para a condução de revisão sistemática de literatura, que auxilia na organização e seleção dos documentos, a partir de itens como objetivos, das questões de pesquisa e palavras-chave. Após a identificação de 5 artigos duplicados e a inclusão de 6 artigos que consideramos importantes e que não apareceram na lista inicial, chegamos a 641 artigos.

A partir dos 641 artigos selecionados, iniciamos a aplicação dos filtros de seleção de leitura (Fase 6): Filtro 1 com a leitura dos títulos e palavras-chave e Filtro 2 com a leitura dos resumos e introduções, foram excluídos 502 artigos, e por último aplicamos o Filtro 3 com a leitura completa dos trabalhos, sendo excluídos 15 artigos, resultando em 124 artigos para a RSL.

As etapas descritas anteriormente estão sintetizadas através da ferramenta de *checklist* Principais Itens para Relatar Revisões sistemáticas e Meta-análises (PRISMA),

que tem como objetivo facilitar o relato da RSL (LIBERATI *et al.*, 2015), gerando o fluxograma representado na Figura 1:

Figura 1 - Principais Itens para Relatar Revisões sistemáticas e Meta-análises(PRISMA):



Fonte: Elaborada pelos autores

4. Trabalhos selecionados e análise

Nessa seção será desenvolvida a terceira etapa da RSL em que apresentaremos os trabalhos selecionados e a análise, por meio da análise bibliométrica (fase 7) e da análise qualitativa (fase 8).

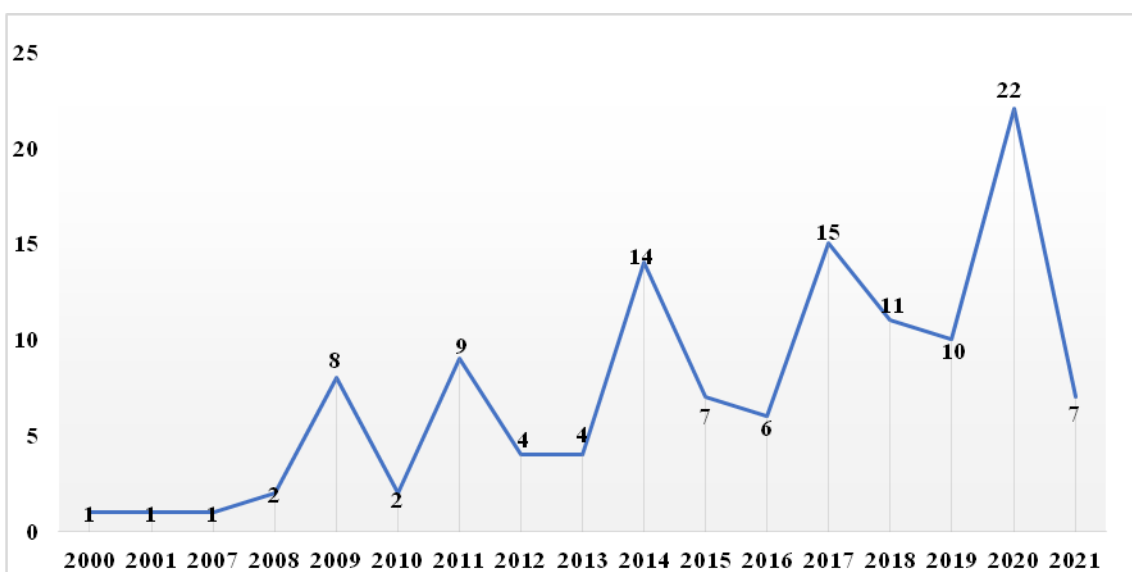
4.1 Análise Bibliométrica

A bibliometria é uma técnica que emprega métodos quantitativos e estatísticos para análise de publicações acadêmicas, permitindo a avaliação de padrões presentes nas publicações analisadas bem como observar a evolução e os progressos de determinada área do conhecimento (DIODATO; GELLATLY, 2013; THOMPSON; WALKER, 2015). Além disso, a análise bibliométrica ajuda a identificar fontes confiáveis, reunir um grupo de trabalhos consistentes e o desenvolvimento de índices de avaliação (DAIM *et al.*, 2006; MARTÍNEZ *et al.*, 2015; THELWALL, 2008).

É uma ferramenta de análise que permite mapear as pesquisas realizadas pelas mais diversas fontes, como pesquisadores, países, instituições, universidades, revistas científicas e eventos, permitindo a observações de itens como identificação de padrões de tema, seja por autores ou localização, relações de autoria e co-autoria e até mesmo o surgimento de novas perspectivas de pesquisa (MARTÍNEZ *et al.*, 2015; MOREIRA; GUIMARÃES; TSUNODA, 2020; THELWALL, 2008)

Para a construção da análise bibliométrica (Fase 7), utilizamos o software *RStudio*, por meio da aplicação *Biblioshiny/Bibliometrix* (ARIA; CUCCURULO, 2017). A partir dos trabalhos selecionados, pudemos observar que os primeiros artigos que empregam capitais e empreendedorismo começaram a ser publicados em meados dos anos 2000, como apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1– Evolução da quantidade publicações dos artigos entre 2000 - 2021



Fonte: Elaborado pelos autores

Porém quase 90% dos artigos foram publicados a partir do ano de 2010, e anos com maior número de publicações foram 2020 com 22 artigos publicados, 2017 com 15 artigos e 2014 com 14 artigos, o que demonstra que o uso da perspectiva de capitais para o estudo do empreendedorismo é relativamente novo (FERREIRA *et al.*, 2015; OMRI, 2020), vale ressaltar que não adotamos critério temporal para a seleção dos trabalhos.

Com relação a natureza dos trabalhos selecionados (YIN, 2000), eles podem ser divididos em: estudos qualitativos (71,77%); estudos quantitativos (21,77%); e trabalhos que empregam a combinação de métodos quantitativos e qualitativos (6,45 %). Nos trabalhos de natureza qualitativa, observamos a predominância da técnica do estudo de caso, seguido por trabalhos teóricos conceituais, etnografia e análise de narrativa.

Já no grupo dos trabalhos quantitativos existe uma predominância de *survey* e de análise de dados e relatórios, com destaque para os dados produzidos pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) e análise de redes sociais. Por último, os trabalhos que empregam a combinação de métodos adotam realização de entrevistas, etnografia e *survey*.

No *ranking* dos periódicos que possuem mais publicações sobre o tema “capitais e empreendedorismo”, em primeiro lugar está o *Entrepreneurship and Regional Development*, com 12 artigos, em segundo lugar o *International Small Business Journal*, com 7 artigos, em terceiro *Entrepreneurship: theory and practice*, com 6 artigos, conforme apresentado na Tabela 1.

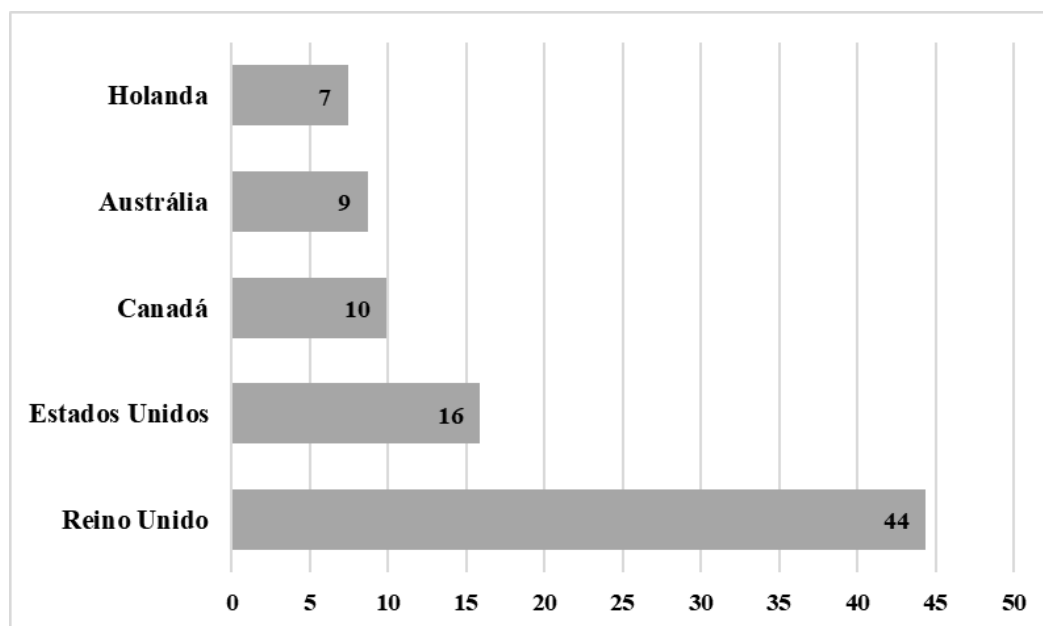
Tabela 1 - Ranking dos 10 periódicos com mais publicações

	Periódicos	Nº Artigos	CiteScore	País
1	Entrepreneurship and Regional Development	12	5.8	Reino Unido
2	International Small Business Journal	7	8.0	Reino Unido
3	Entrepreneurship: theory and practice	6	17.7	Estados Unidos
4	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	5	6.2	Reino Unido
5	Journal of Business Venturing	5	13.3	Holanda
6	Journal of Small Business Management	5	6.4	Estados Unidos
7	International Journal of Gender and Entrepreneurship	4	3.7	Reino Unido
8	Journal of Business Research	3	9.2	Estados Unidos
9	Environment and Planning C: government and policy	2	-	Reino Unido
10	European Management Review	2	2.8	Estados Unidos
	Total	51		

Fonte: Elaborada pelos autores

Ainda, observou-se que no Ranking dos 10 periódicos com mais publicações, 5 são produzidos no Reino Unido, 4 são produzidos nos Estados Unidos e 1 é produzido na Holanda. Esses dados corroboram com o Ranking dos 5 países com mais publicações sobre o tema, representado na Figura 2, em primeiro lugar está o Reino Unido, com 44 trabalhos publicados e em segundo lugar, estão os Estados Unidos, com 16 trabalhos publicados.

Figura 2- Ranking dos 5 países com mais artigos publicados



Fonte: Elaborada pelos autores

Na sequência, em terceiro lugar temos o Canadá com 10 artigos publicados, em quarto lugar está a Austrália com 9 artigos publicados e por último a Holanda com 7 artigos publicados. Esses cinco países concentram quase 70% das publicações analisadas, o que representa uma concentração de publicações sobre o tema em países considerados desenvolvidos.

Tabela 2- Ranking dos 10 Autores mais citados

	Autor	Nº de Artigos	Instituição	País
1	SHAW, E.	7	Strathclyde University	Reino Unido
2	DANA, L.P.	5	Montpellier Business School	França
3	ANDERSON, A.	4	Lancaster University	Reino Unido
4	DE CLERCQ, D.	4	Brock University	Canadá
5	PRET, T.	3	Illinois State University	Reino Unido
6	SAHASRANAMAM, S.	3	Strathclyde University	Reino Unido
7	VERSHININA, N.	3	Audencia Business School	França
8	VORONOV, M.	3	York University	Canadá
9	ÇAKMAK, E.	2	Breda University	Holanda
10	CARTER, S.	2	Strathclyde University	Reino Unido
	Total	36		

Fonte: Elaborado pelos autores

Com relação aos autores que possuem mais trabalhos publicados, no *Ranking* dos 10 autores mais citados, pudemos destacar quatro pesquisadores: 1ª posição: SHAW, E., da *Strathclyde University*, no Reino Unido; 2ª posição: DANA, L.P, da *Montpellier Business School*, na França; 3ª posição: ANDERSON, A. da *Lancaster University*, no Reino Unido; e por último, 4ª posição DE CLERCQ, D., da *Brock University*, no Canadá, conforme demonstrado no Tabela 2.

Buscamos também identificar quais as palavras-chaves mais frequentes no conjunto de artigos analisados. As expressões mais utilizadas estão em inglês, devido a predominância do idioma nos trabalhos analisados. A palavra-chave *social capital*, está presente em 36 trabalhos, seguida pela expressão *entrepreneurship*, que apareceu em 29 artigos e Bourdieu, que está presente em 27 trabalhos. Na tabela 3, listamos as 20 palavras-chave mais frequentes:

Tabela 3 - Palavras-chave mais utilizadas

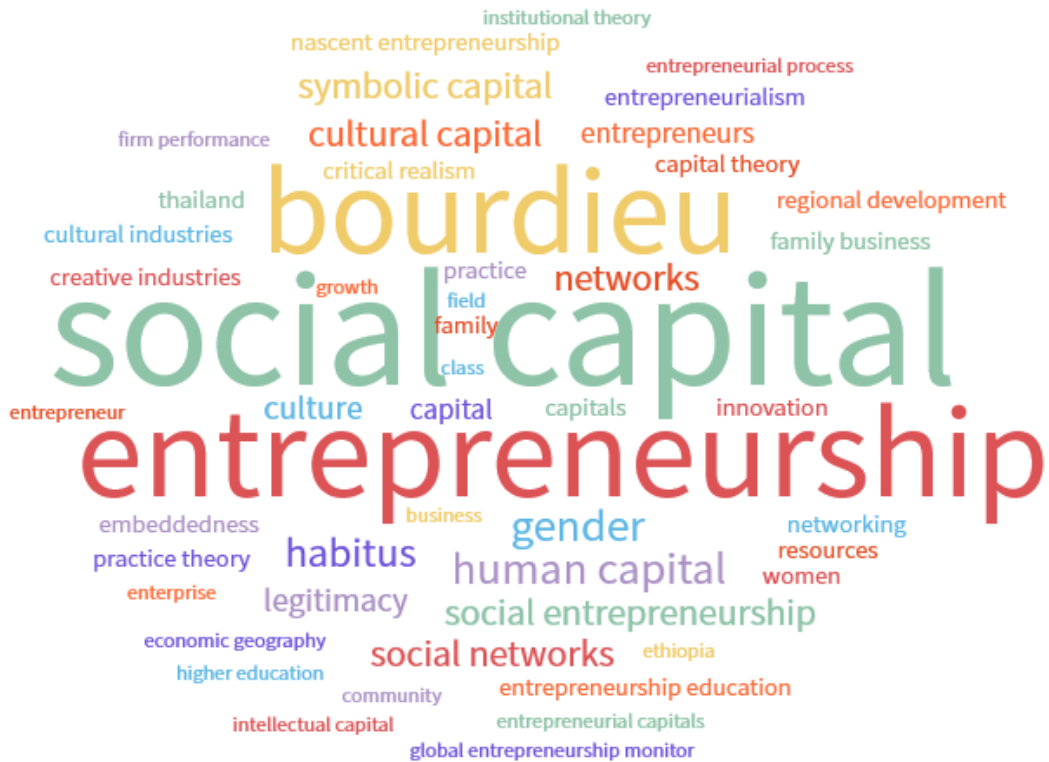
	Palavras-chave	Ocorrências em Artigos		Palavras-chave	Ocorrências em Artigos
1	social capital	36	11	symbolic capital	6
2	entrepreneurship	29	12	culture	5
3	bourdieu	27	13	legitimacy	5
4	gender	8	14	capital	4
5	human capital	8	15	entrepreneurs	4
6	habitus	7	16	capital theory	3
7	cultural capital	6	17	capitals	3
8	networks	6	18	creative industries	3
9	social entrepreneurship	6	19	critical realism	3
10	social networks	6	20	cultural industries	3

Fonte: Elaborado pelos autores

Além de analisar as palavras-chave, com a finalidade de obter um maior entendimento sobre a temática dos trabalhos analisados, fizemos também um levantamento das expressões mais frequentes nos resumos dos trabalhos selecionados. Quando analisamos apenas uma palavra, *capital* é a mais frequente, com 343 ocorrências, seguida da palavra *social* com 334 ocorrências, *entrepreneurs* com 176 ocorrências, *entrepreneurship* com 151 ocorrências e *entrepreneurial* com 134 ocorrências. Já quando a análise é por expressões com duas palavras, a expressão *social capital* é novamente a mais frequente, ocorrendo com 164 vezes, seguido por *human capital* e *social networks*, com 22 cada, *symbolic capital* com 21 ocorrências, *firm performance* com 18 ocorrências e *cultural capital* com 16 ocorrências.

Para representar de forma gráfica o conjunto das palavras-chave mais frequentes, optamos por utilizar a nuvem de palavras, uma ferramenta visual construída de acordo com a frequência das palavras, quanto mais frequente, maior é o espaço que a palavra ocupa na nuvem, de forma a demonstrar a sua relevância (VILELA, 2020).

Figura 3 - Nuvem de palavras com as 50 palavras-chave mais frequentes

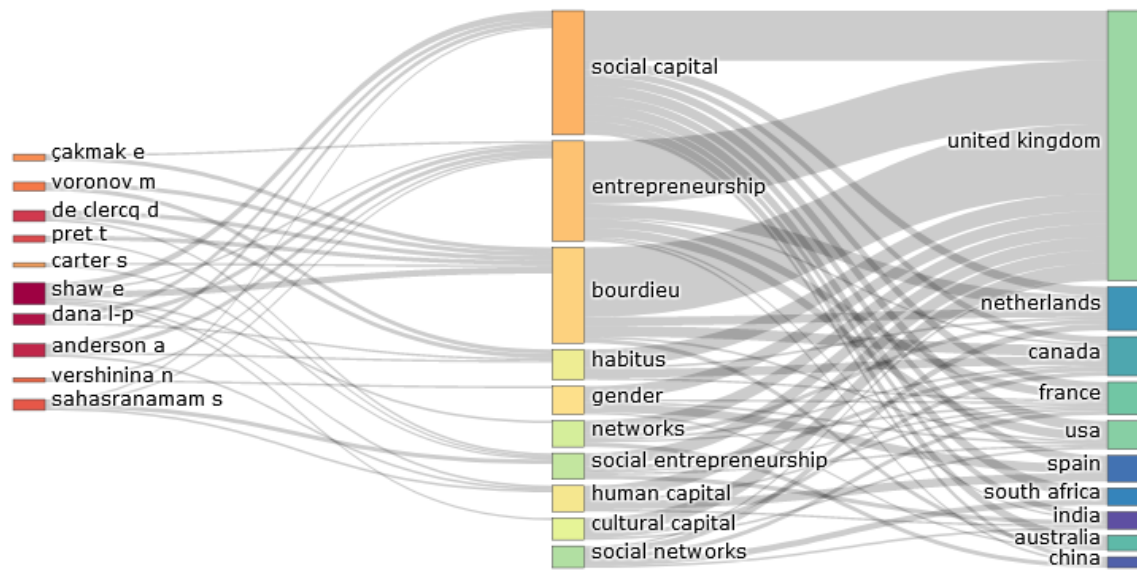


Fonte: *RStudio*

A partir da nuvem de palavras podemos observar os principais temas tratados no conjunto de artigos selecionados, que trataremos com mais detalhes na próxima seção, os conteúdos mais discutidos e os temas de pesquisa mais frequente nos artigos.

Para ilustrar a relação entre os autores, palavras-chave e os países utilizamos o diagrama de *Sankey*, representado na figura 4. No lado esquerdo estão os principais autores, na posição central estão as palavras-chave e no lado direito temos os países

Figura 4 - Diagrama de *Sankey*: Autor vs. Palavras-chave vs. País



Fonte: *RStudio*

O diagrama apresenta as interconexões entre os três elementos, em que podemos observar as temáticas abordadas pelos principais autores. Nossa busca foi no sentido de encontrar os trabalhos sobre capitais e empreendedorismo, esperava-se que os fossem as palavras encontradas, porém observamos que o conceito de capital social recebeu destaque, bem como uma predominância dos estudos no Reino Unido, Holanda, Canadá, França e Estados Unidos. Os trabalhos de Bourdieu estão majoritariamente relacionados com os trabalhos produzidos no Reino Unido.

4.2 Análise dos conteúdos e dos temas

Após a realização da análise bibliométrica, demos início a análise qualitativa (Fase 8), que tem como objetivo fazer a análise dos conteúdos e dos temas abordados no conjunto de artigos selecionados, com o objetivo de compreender como a perspectiva de capitais foi empregada na tentativa de conhecer os empreendedores, identificar as formas de capitais, como esses capitais são mobilizados pelos empreendedores bem como identificar possíveis lacunas de pesquisa.

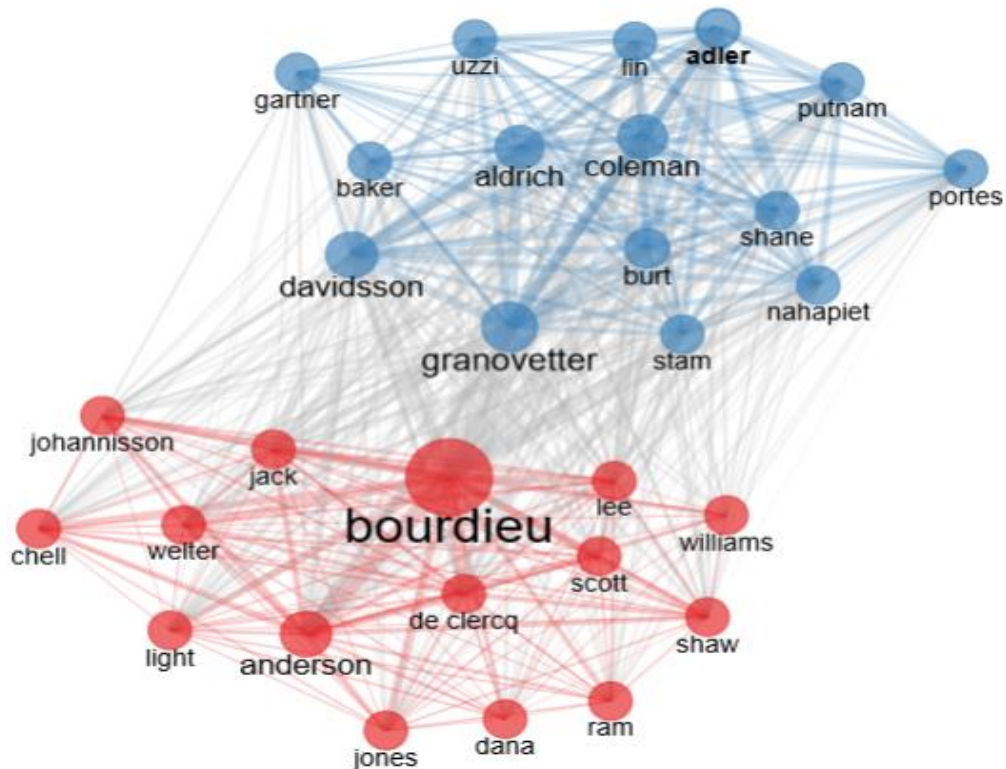
Para iniciar a nossa análise, ainda com a ajuda do software *RStudio*, construímos redes de palavras-chave, trabalhos, autoria e coautoria, que julgamos ser relevantes para essa etapa. As redes são um conjunto de pontos ou nós que se conectam por meio de linhas

(FRANCO; FARIA, 2019), que nos permitem observar conexões para mapear as relações por meio de fluxo de informação (BARROS; GAMA; FERNANDES, 2014).

As redes formadas revelam informações sobre as temáticas tratadas nos artigos analisados, considerando que o objetivo da RBS foi selecionar trabalhos que envolvessem os tópicos empreendedorismo e capitais, não restrito apenas ao sentido econômico, mas também as formas apontadas por Bourdieu (1986), que é uma forma de contrapor a economia clássica, considerando que o comportamento dos atores e as organizações são afetados pelas estruturas sociais, que derivam da interação entre organizações e indivíduos que ocupam espaços e posições de poder distintos (LOPES JUNIOR, 2002).

O conceito de capital, além do sentido econômico, foi explorado por diversos outros autores além de Pierre Bourdieu, como Granovetter, um dos principais autores da sociologia econômica americana, que também trabalha o conceito de capital social e a importância das redes sociais (LOPES JUNIOR, 2002). A figura 5, que representa a rede dos 30 autores mais citados nos artigos analisados:

Figura 5 - Redes de autores e citação

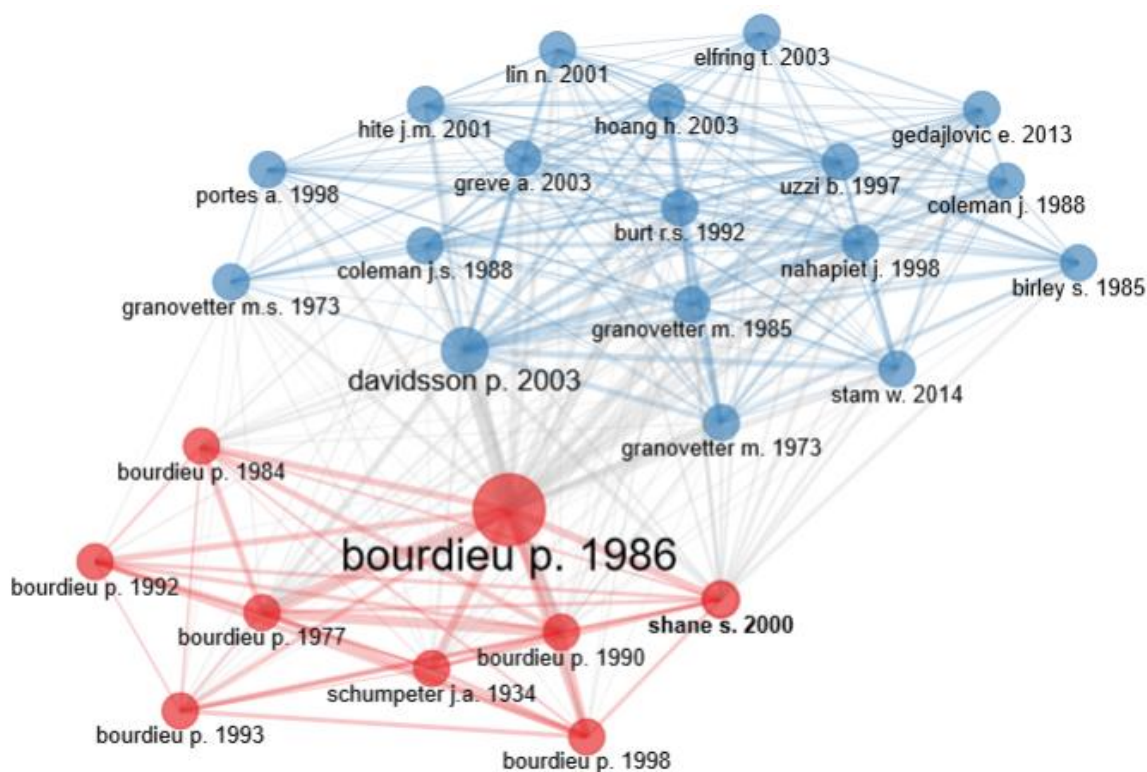


Fonte: RStudio

A rede se divide em dois *clusters*, ou seja, duas concentrações de autores e pólos teóricos, em toda a rede Bourdieu é um autor de maior relevância, sendo destaque no *cluster* em vermelho, que encontram-se autores que desenvolveram trabalhos empíricos e artigos teóricos a partir de seus trabalhos e figuram na lista dos autores mais citados, como Shaw, Anderson e DeClerq. No outro *cluster* na posição central está Granovetter, que desenvolveu trabalhos na sociologia econômica, sobre a importância das redes sociais e do capital social, assim como Coleman, Adler, Putnam e Portes.

Na figura 6, temos as redes de co-citação, ou seja, de trabalhos que são citados em conjunto (VAN ECK; WALTMAN, 2014):

Figura 6 - Rede de co-citação



Fonte: RStudio

Novamente, notamos a formação de dois *clusters*, no *cluster* em vermelho observamos uma predominância de co-citação entre os trabalhos de Bourdieu, que demonstra a extensão e a potencialidade de aplicação de seus trabalhos e conceitos, como capitais, *habitus*, *doxa*, *ilusio*, campo e prática relacional, na busca por alternativas à predominância do *mainstream* da economia e de perspectivas funcionalistas e positivistas (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; TATLI *et al.*, 2014; DRAKOPOULOU-DODD *et al.*, 2014; BRAIDFORD; DRUMMOND, STONE, 2017; REID, 2020; McKEEVER,

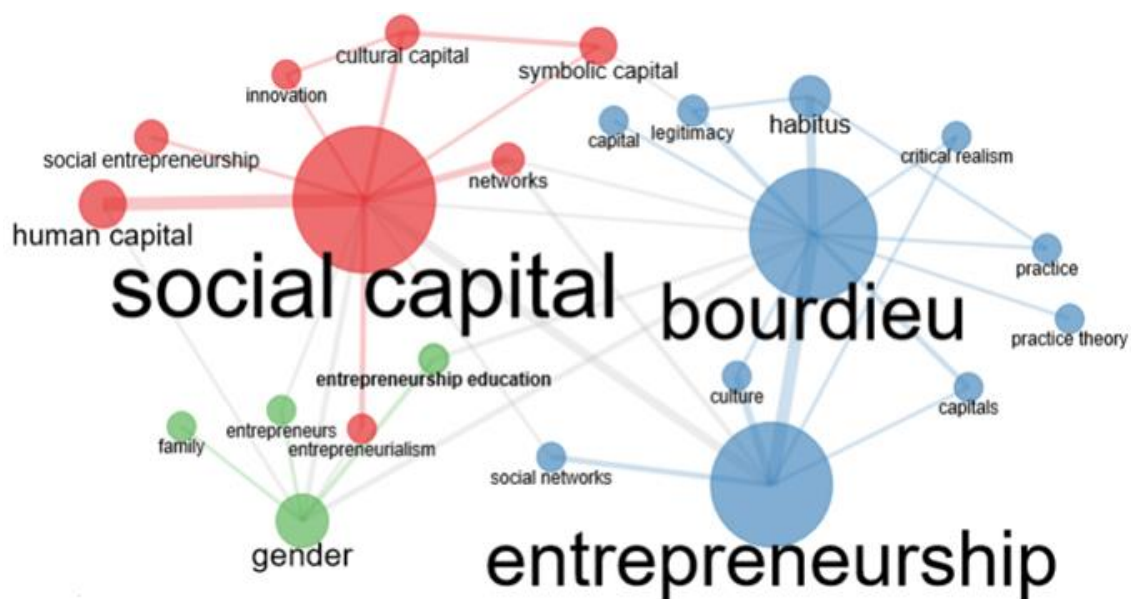
ANDERSON, JACK, 2014). A obra em destaque no cluster é “*The forms of Capital*” (1986), que recebeu 55.000 citações de acordo com o Google Acadêmico (2021).

O *cluster* em azul já demonstra uma rede mais ampla de co-citação, com 18 autores diferentes. Os trabalhos relacionados nessa rede em sua maioria tratam de capitais, mas com a predominância do capital social e as redes sociais, destacamos o trabalho seminal “*The Strength of Weak Ties*” (1973), do autor Granovetter, citado mais de 60.000 vezes, que trata das força dos laços fracos e das redes sociais, seguido por “*Economic action and social structure: The problem of embeddedness*” (1985) , que recebeu 46.000 citações e “*The role of social and human capital among nascent entrepreneurs*” (2006), trabalho de Davidson, , recebeu 5.716 citações, de acordo com o *Google Acadêmico* (2021).

Fica evidente que os trabalhos de Pierre Bourdieu e Mark Granovetter ocupam posições de destaque no estudo de capitais e empreendedorismo, mas observamos que os trabalhos de Bourdieu foram utilizados mais extensivamente para discutir assuntos além de capitais, devido a sua vasta obra e tópicos de estudo.

A figura 7 representa a rede de palavras-chave mais frequentes nos artigos selecionados. Observamos que nas posições centrais estão as palavras-chave *entrepreneurship*, *bourdieu*, *social capital* e *gender*, que estão interconectadas entre si e cada uma delas se conecta a outras palavras-chave, dando origem a 3 *clusters*.

Figura 7 - Rede de palavras-chave



Fonte: RStudio

No *cluster* em azul, que possui a maior rede de palavras-chave, nas posições centrais estão *Bourdieu*, que se conecta com as palavras-chave que fazem referência aos conceitos desenvolvidos pelo autor, como *capital*, *capitals*, *practice theory*, *practice*, *critical realism*, *habitus*, *legitimacy* e *culture*. A outra palavra-chave que ocupa uma posição central na rede é *entrepreneurship*, que é o objeto de estudo em que a perspectiva bourdieusiana foi aplicada no contexto desse trabalho, já que buscamos compreender como a perspectiva de capitais foi empregada ao estudo do empreendedorismo.

No *cluster* em vermelho, a posição central é ocupada pela palavra-chave *social capital*, uma das categorias de capitais abordadas por Bourdieu (1986), e que foi amplamente trabalhado por outros autores sendo aplicado a diversos contextos e objetos de estudo. O termo *social capital* está conectado as palavras-chave *social networks* e *networks*. As redes de contato ou redes de ligação são construídas a partir de estratégias de investimento social que permitem algum tipo de troca, ou seja, acesso ao capital social (BOURDIEU, 1980), essas palavras-chave formam uma rede com a palavra *entrepreneurship*.

Ainda nesse cluster, podemos observar a formação de uma rede entre as palavras-chave *social capital*, *symbolic capital*, *cultural capital*, *innovation*. Essa formação ocorre devido a existência de trabalhos que tratam desses conceitos de forma conjunta, demonstrando como a inovação pode ser resultado da combinação entre o capital social, cultural e simbólico (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; MALEK, 2012; BHATT; ALTINAY, 2013). Por último, observamos a associação com as palavras-chave *social entrepreneurship*, *human capital* e *entrepreneurialism*. Logo, nesse cluster nota-se a manifestação das principais categorias de capitais tratadas por Bourdieu (1986) e o capital humano, tratado por Coleman (1988).

No cluster em verde, a palavra-chave que se destaca é *gender*, que se conecta com as palavras-chave *family*, *entrepreneurs* e *entrepreneurship education*. Dentro do conjunto dos trabalhos analisados, observamos que uma das problemáticas apontadas é justamente a questão de gênero, com destaque para baixa representatividade das mulheres no empreendedorismo e a predominância de estudos que retratam os empreendedores por meio de um arquétipo heroico masculino (BOWMAN, 2007; KARATAŞ-ÖZKAN; CHELL, 2015).

A partir da rede de palavras e da leitura completa dos trabalhos, pudemos observar que o conceito de *capital social* é amplamente utilizado, sendo aplicado como lente de análise em 44 dos 124 trabalhos analisados e a conceitos como redes sociais, imersão e capital humano.

Pudemos observar uma predominância de alguns temas estudados no grupo de artigos analisados, que estão apontados na tabela 4:

Tabela 4 – Temáticas, perspectivas teóricas e conceitos

%	Temas dos artigos	Perspectiva Teórica e conceitos
23,38%	T1: Empreendedorismo étnico, imigrante em comunidades ou grupos	Capital social e Redes Formas de Capitais Mobilização e conversão de Capitais Legitimização Teoria e Prática Bourdieu (<i>habitus, campo, ilusio, doxa, prática relacional</i>)
15,3 %	T2: Desempenho e performance do empreendedor em pequenas e médias empresas; e novas empresas;	Capital social e redes sociais Formas de capitais Mobilização e Conversão de capitais Legitimização
14 %	T3: Empreendedorismo e questões de gênero e /ou educação	Reprodução social e formas de dominação; Formas de Capitais Mobilização e conversão de Capitais
12,1 %	T4: Empresas nascentes e/ou identificação e exploração de oportunidades e/ou empreendedorismo de tecnologia	Capital social e redes sociais Formas de capitais Mobilização e Conversão de capitais Capitais, Reprodução social e dominação
12%	T5: Empreendedorismo social	Capital social e redes sociais Formas de Capitais Mobilização e Conversão de capitais
12 %	T6: Artigos Teóricos	Capital social e redes sociais Formas de capitais Mobilização e Conversão de capitais Teoria e Prática Bourdieu
8%	T7: Temas diversos	Capital social Formas de capitais Mobilização e Conversão de capitais Teoria e Prática Bourdieu
3,22%	T8: Empreendedorismo familiar	Capital social

Fonte: elaborado pelos autores

Os trabalhos analisados buscam compreender o fenômeno do empreendedorismo, bem como dos diferentes tipos de empreendedor. Observamos que são trabalhos que buscam ampliar a análise para além da economia e os recursos econômicos, destacando a importância dos recursos não econômicos (BIRD; WENNERBERG, 2014).

No grupo dos trabalhos analisados observamos que os tópicos mais recorrentes são: T1) o empreendedorismo étnico e imigrante e o empreendedorismo em comunidades; T2) Desempenho e performance do empreendedor em pequenas e médias empresas; e

novas empresas; T3) empreendedorismo e questões de gênero e /ou educação; T4) Empresas nascentes e/ou identificação e exploração de oportunidades e/ou empreendedorismo de tecnologia.

Como observado anteriormente o conceito de capital social e de redes sociais é frequentemente utilizado, em especial nas temáticas T1, T2, T4, T5 e T6. Além desses conceitos, observamos trabalhos que buscam identificar as formas de capitais, o processo de mobilização e conversão de capitais, questões de legitimação, dominação e reprodução social e por fim, observamos trabalhos que tratam outros temas presentes na Teoria e Prática de Bourdieu, como *habitus*, campo, *illusio*, *doxa*, prática relacional.

Os trabalhos analisados, apresentados no quadro 4, têm como base central os capitais, e a partir deles, os autores desenvolveram suas pesquisas. Nosso interesse é compreender os tipos de capitais, como são mobilizados e convertidos pelos empreendedores, dessa forma a partir dos trabalhos analisados chegamos no Quadro 3:

Quadro 3 – Formas de Capitais, mobilização e conversão

Formas de Capital	Descrição	Formas de Mobilização de capital
Econômico Bourdieu (1986); Coleman (1988). Bisignano e El-anis (2019) Braidford, Drummond e Stone (2017)	Bens de produção e os bens econômicos e os bens e serviços que ele permite o acesso;	Investimento econômico e cultural; Relações sociais; Trabalho; Herança; Contexto familiar;
Cultural/ Humano Bourdieu (1986), De Clercq e Voronov (2009) Coleman (1988); Davidsson e Honig (2003) Rauch <i>et al.</i> , (2005); Bhagavatula <i>et al.</i> , (2010) Pret <i>et. al</i> (2016)	Estado Incorporado: São os capitais incorporados, como os gostos e o domínio da linguagem; Estado Objetivado: objetos materiais como livros e instrumentos; Desenvolvimento de habilidades Estado Institucionalizado: títulos acadêmicos	Estado Incorporada: Custo pessoal e esforço, capital familiar; Estado Objetivado: relacionado com o capital econômico, pode ser transferível Estado Institucionalizado: qualificação acadêmica
Social Bourdieu (1986); Coleman (1988); Lin (1999); Lounsbury e Glynn (2001); Onyx e Leonard (2010); Pret <i>et al.</i> , (2016)	Recursos atribuídos a participação em um grupo e pelo acesso a uma rede de relações institucionalizadas; Recursos incorporados em uma estrutura social; Pode ser transformado em capital econômico e cultural;	Redes e interações sociais; Relações sociais.
Simbólico Bourdieu (1986); Pret <i>et al.</i> , (2016); Baghel e Parthasarathy (2019)	É um tipo de capital que se manifesta pela importância de outros capitais, através do conhecimento e do reconhecimento.	Títulos, prêmios, reputação, nome, prestígio,

Fonte: Elaborado pelos autores

No quadro 3 reunimos os principais achados acerca dos capitais sentido de atender aos nossos objetivos. Dessa forma, identificamos quatro categorias de capitais: econômico, cultural e humano, social e simbólico.

O *capital econômico* permite a conversão imediata em recursos financeiros bem como o acesso a outros tipos de capitais, como o capital cultural (BOURDIEU, 1986; PRET *et al.*, 2016). A posse de capital econômico do ator, por meio dos recursos financeiros a que teve acesso, tem influência direta na fundação e desenvolvimento de um novo negócio (JAYAWARNA *et al.*, 2014; ÇAKMAK *et al.*, 2019).

O *capital cultural* se manifesta pela escolaridade, artefatos culturais, domínio do gosto e da linguagem, sua acumulação é constante, acontece por toda a trajetória de vida de um indivíduo (BOURDIEU, 1986). O *capital humano* são as habilidades e as capacidades que permitem ao indivíduo agir de novas formas (COLEMAN, 1988) é o conhecimento acumulado pelo empreendedor através de suas vivências pessoais, como o trabalho, relações sociais e o seu cotidiano e pela educação (BHAGAVATULA *et al.*, 2010; PRET *et al.*, 2016).

O *capital social* é um conjunto de recursos efetivos ou potenciais que o ator acessa ao fazer parte de um grupo, garante acesso a uma rede de relações duráveis e de confiança mútua, proporcionando reconhecimento e apoio, lhe conferindo uma “credencial” (BOURDIEU, 1986). Indivíduos com acesso ao capital social associado às redes sociais têm maiores chances de descoberta e exploração de oportunidades e de se tornarem empreendedores (NIETO; GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, 2016).

O *capital simbólico* é a propriedade de qualquer que seja o tipo de capital, que é percebido e reconhecido pelos atores sociais e que lhes atribuem valor (BOURDIEU, 1996). A aquisição de capital simbólico demanda tempo, dinheiro e energia, muitas vezes ele está relacionado com legitimidade, prestígio e valor bem como a educação, quanto mais alto o nível educacional maior o capital simbólico do ator (ÇAKMAK *et al.*, 2018).

Os empreendedores mobilizam e convertem esses capitais entre si, transformando formas tangíveis e intangíveis, em processos estratégicos para se ajustarem e alcançarem uma posição social (SCOTT, 2012; JAYAWARNA *et al.*, 2014; PRET *et al.*, 2016; SHAW *et al.*, 2016; HILL, 2018; ÇAKMAK *et al.*, 2019; HILL, 2020; GURĂU, DANA, KATZ-VOLOVELSKY, 2020; STRINGFELLOW *et al.*, 2014; WONG ,McGOVERN, 2020). De acordo com Shaw *et al.*, (2017) e Çakmak *et al.*, (2019) em cada estágio da

trajetória do empreendedor um tipo de capital se destaca e os capitais mobilizados antes da fundação de um negócio, facilitam a entrada no mercado e o desenvolvimento de um novo negócio.

De Clercq e Voronov (2009) e McKeever, Anderson e Jack (2014) afirmam que o empreendedorismo é uma prática social, influenciada pelo contexto social e que está relacionada às posições dos empreendedores em relações de poder de acordo com a posse de determinados capitais. Os indivíduos buscam, através do empreendedorismo, não apenas por recompensas financeiras, mas sim, empregam estratégias para converter capital econômico em outras formas de capital, como forma de alcançar uma posição no espaço social onde estão inseridos (KARATAS-ÖZKAN, 2011; BJERREGAARD; LAURING, 2012; PRET *et al.*, 2016; BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; BISIGNANO; EL-ANIS, 2019). Nesse sentido os trabalhos de Pierre Bourdieu surgem como uma alternativa à predominância do *mainstream* da economia, à perspectiva funcionalista e positivista do empreendedorismo (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; TATLI *et al.*, 2014; DRAKOPOULOU-DODD *et al.*, 2014; BRAIDFORD *et al.*, 2017; REID, 2020).

Há também disseminação da ideia do empreendedor como um tipo heroico, detentor de características incomuns, que se vale de seus próprios recursos para obter sucesso, sendo geralmente associado a indivíduos do gênero masculino e brancos, revelando também desigualdade social e de gênero (BOWMAN, 2007; JAYAWARNA *et al.*, 2014; JONES, 2014; 2015; KARATAŞ-ÖZKAN, CHELL, 2015; RAMBE; NTSANGASE, 2020).

Apesar de observamos aplicação da perspectiva de capitais para o estudo do empreendedorismo, os trabalhos ainda são escassos (SHAW *et al.*, 2017). Quando se trata das *startups* de tecnologia, no grupo de artigos analisados encontramos apenas 1 documento que trata de mobilização de capitais e empreendedorismo de tecnologia, porém está restrito ao capital social (SMAGUC; VUKOVIC, 2020), e apenas 1 artigo que trata de empreendedorismo de tecnologia e gênero, que trata de como mulheres ganham legitimidade e usam as redes sociais para mobilizar/acessar recursos “empreendedores” (VERSHININA *et al.*, 2020). Encontramos 4 artigos que tratam da importância da origem social e das trajetórias dos empreendedores para a fundação e o desenvolvimento de seus negócios, mas não tratam dos empreendedores de *startups* de tecnologia (ANDERSON;

MILLER, 2003; JAYAWARNA *et al.*, 2014, LEE; SHAW, 2015, PRET *et al.*, 2016). Além disso, observamos que há uma falta de estudo em economias emergentes, já que as publicações estão concentradas em países como Reino Unido, Canadá, Estados Unidos e Holanda.

5. Discussão

A RSL permitiu uma maior compreensão do tema proposto, ajudando a delimitar como perspectiva de capitais foi aplicada no estudo do empreendedorismo bem como para ajudar a compreender quem são os empreendedores. Observamos dois expoentes nesse estudo, Granovetter, com o conceito de capital social e redes, e Bourdieu, com uma perspectiva mais ampla de análise. Apesar dos dois autores possuírem destaque, os trabalhos de Bourdieu foram extensamente citados nos trabalhos analisados, reforçando a sua potencialidade de análise.

Considerando a pergunta que esse trabalho propõe responder, observamos que a adoção dos trabalhos de Pierre Bourdieu, com destaque aos que tratam de capitais, é uma alternativa ao paradigma predominante, ampliando a compreensão do empreendedorismo como um processo social e o empreendedor é um ator influenciado pelo contexto, almejando legitimidade e empregando capitais em estratégias na busca por uma posição no espaço social.

Foi possível identificar as formas mais frequentes de capitais mobilizadas pelos empreendedores apresentadas na literatura, que são os capitais econômico, cultural e humano, social e simbólico, e a influência desses capitais na atividade empreendedora dos atores. Como por exemplo, o capital econômico, por meio dos recursos financeiros que o empreendedor acessa, contribui para a fundação e o desenvolvimento de um novo negócio, quando se trata da descoberta e da exploração de oportunidades. O destaque é para contribuição do capital social e a importância das redes sociais, que ainda aumentam as chances de uma pessoa se tornar empreendedora.

Além disso, cada forma de capital se destaca no decorrer da fundação e do desenvolvimento de um novo negócio, sendo que os capitais mobilizados antes do início da nova empresa facilitam a sua entrada no mercado e conseqüentemente o seu

desenvolvimento. Esses capitais, capitais não são estáticos, mas estão sujeitos a um processo de mobilização, conversão e reconversão entre si.

Apesar da abordagem de Bourdieu não ser algo novo, sua utilização é ainda escassa nessa literatura, bem como é possível notar escassez de trabalhos voltados para as *startups* de tecnologia. Alguns trabalhos expuseram a questão de gênero, apesar de ser uma temática recorrente, observamos que há uma baixa representativa das mulheres empreendedoras, e que há um reforço do discurso do *mainstream* da economia, do empreendedor herói, branco e homem, levantando o debate para uma compreensão maior acerca desse tema e a contribuição *bourdieusiana*.

Além disso identificamos a falta de trabalhos em economias emergentes, reforçando a importância de trabalhos futuros e empíricos na busca por compreender quais os capitais que os empreendedores mobilizam e convertem e qual a influência na sua atividade empreendedora nesse contexto.

Referências

ALDRICH, H.E. **Entrepreneurship**. In: N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, p. 451-477. Princeton University Press, 2005.

ANDERSON, A.R.; MILLER, C.J. “Class matters”: Human and social capital in the entrepreneurial process. **The Journal of Socio-Economics**, v. 32, p. 17-36, 2003. DOI: 10.1016/S1053-5357(03)00009-X.

ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v. 11, n.º. 4, p. 959–975, 2017. DOI: [10.1016/j.joi.2017.08.007](https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007).

AUTIO, E.; YLI-RENKO, H. New, technology-based firms in small open economies—An analysis based on the Finnish experience. **Research Policy**, v. 26, n.º. 9, p. 973–987, 1998.

BAGHEL, D.; PARTHASARATHY, D. Knowledge Generation for Innovation in Ayurvedic Cosmetics MSMEs: Investigating Entrepreneur’s Cultural and Symbolic Capital. **Science, Technology and Society**, v. 24, n.º. 1, p. 101–121, 2019. DOI: 10.1177/0971721818821795.

BARRETO, H. **The Entrepreneur in Microeconomic Theory**. London: Routledge, 1989. 172 p.

BARROS, C.; GAMA, R.; FERNANDES, R. Conhecimento, redes e universidades. As redes de colaboração científica das universidades de Lisboa, Porto e Coimbra. **Atas do 20º Colóquio da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (APDR)**, 2014.

BAUMOL, W. **The Microtheory of Innovative Entrepreneurship**. Princeton University Press, 2010.

BHAGAVATULA, S., *et al.* How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n° 3, p. 245-260, 2010. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2008.10.006](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.006).

BHATT, P.; ALTINAY, L. How social capital is leveraged in social innovations under resource constraints? **Management Decision**, v. 51, n° 9, p. 1772-1792, 2013. DOI: [10.1108/MD-01-2013-0041](https://doi.org/10.1108/MD-01-2013-0041).

BISIGNANO, A.P.; EL-ANIS, I. Making sense of mixed-embeddedness in migrant informal enterprising: the role of community and capital. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25, n° 5, p. 974-995, 2019. DOI: [10.1108/IJEER-03-2018-0114](https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0114).

BJERREGAARD, T.; LAURING, J. The socially-dynamic entrepreneurial process: An anthropological approach. **International Journal of Entrepreneurial Venturing**, v. 4, n° 2, p. 132-147, 2012. DOI: [10.1504/IJEV.2012.046518](https://doi.org/10.1504/IJEV.2012.046518).

BOURDIEU, P. **The forms of capital**. In: J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, p. 241-258. Greenwood Ln, 1986.

BOURDIEU, P. **The social structures of the economy**. Polity, 2005.

BOWMAN, D. Men's business: Negotiating entrepreneurial business and family life. **Journal of Sociology**, v. 43, n° 4, p. 385-400, 2007. DOI: [10.1177/1440783307083232](https://doi.org/10.1177/1440783307083232).

BRAIDFORD, P.; DRUMMOND, I.; STONE, I. The impact of personal attitudes on the growth ambitions of small business owners. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 24, n° 4, p. 850-862, 2017. DOI: [10.1108/JSBED-02-2017-0035](https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0035).

BRAUDEL, F. **Civilization and Capitalism, 15th - 18th century**. New York: Harper & Row, Publishers, 1982.

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; McCABE, S. Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. **Annals of Tourism Research**, v. 72, p. 37-47, 2018. DOI: [10.1016/j.annals.2018.06.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.003).

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; SELWYN, T. Informal tourism entrepreneurs' capital usage and conversion. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n° 18, p. 2250-2265, 2019. DOI: [10.1080/13683500.2018.1448763](https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448763).

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général**. Londres: Chez Fletcher Gyles dans Holborn, 1755.

CASTILLA, E.J. *et al.*,. **Social Networks in Silicon Valley**. In: LEE,C.M. (Org.). *The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship*. Stanford: Stanford University Press, p. 218–247, 2000.

CLOUGH, D.R., *et al.* Turning lead into gold: How do Entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? **Academy of Management Annals**, v. 13, nº. 1, p. 240-271, 2019. DOI: [10.5465/annals.2016.0132](https://doi.org/10.5465/annals.2016.0132).

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94 (S95-S120), 1988. DOI: [10.1086/228943](https://doi.org/10.1086/228943).

CONFORTO, E.C.; AMARAL, D.C.; SILVA, L. **Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: Aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos**. In: Instituto de Gestão de Desenvolvimento do Produto, 8º CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO - CBGDP Anais, Porto Alegre, p. 1–12, 2011.

CORRÊA, V.S.; VALE, G.M.V. Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias. **Revista de Administração**, v. 49, nº. 1, p. 77–88, 2014.

CÔRTEZ, M.R., *et al.* Cooperação em empresas de base tecnológica uma primeira avaliação baseada numa pesquisa abrangente. **São Paulo em Perspectiva**, v. 19, nº. 1, p. 85–94, 2005

DAHLSTRAND, A.L.; STEVENSON, L. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. **Annals of Innovation & Entrepreneurship**, v. 1, nº. 1, p. 5602, 2010. DOI: [10.3402/aie.v1i1.5845](https://doi.org/10.3402/aie.v1i1.5845).

DAIM, T.U., *et al.* Forecasting emerging technologies: Use of bibliometrics and patent analysis. **Technological forecasting and social change**, v. 73, nº. 8, p. 981-1012, 2006.

DALMARCO, G.; HULSINK, W.; BLOIS, G.V. Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 135, p. 99-111, 2018. DOI: [10.1016/j.techfore.2018.04.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.015).

DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 25, nº. 4, p. 81–100, 2001. DOI: [10.1177/104225870102500406](https://doi.org/10.1177/104225870102500406).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. Toward a practice perspective of entrepreneurship: Entrepreneurial legitimacy as habitus. **International Small Business Journal**, v. 27, nº. 4, p. 395-419, 2009. DOI: [10.1177/0266242609334971](https://doi.org/10.1177/0266242609334971).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. The role of domination in newcomers' legitimation as entrepreneurs. **Organization**, v. 16, nº. 6, p. 799-827, 2009. DOI: [10.1177/1350508409337580](https://doi.org/10.1177/1350508409337580).

DIODATO, V.P.; GELLATLY, P. **Dictionary of bibliometrics**. Routledge, 2013.

DRAKOPOULOU-DODD, S., *et al.* A Bourdieu an analysis of qualitative authorship in entrepreneurship scholarship. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n.º. 4, p. 633-654, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12125](https://doi.org/10.1111/jsbm.12125).

ELORZ, K.S. **Las empresas de base tecnológica: motor de futuro en la economía del conocimiento**. In: K. S. Elorz (Ed), La creación de empresas de base tecnológica: una experiencia práctica, p. 11-18. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN), 2013.

FERREIRA, M.P.; REIS, N.R.; MIRANDA, R. Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 5, n.º. 1, p. 1-22, 2015. DOI: [10.1186/s40497-015-0035-6](https://doi.org/10.1186/s40497-015-0035-6).

FLIGSTEIN, N. Habilidade social e a teoria dos campos. Fórum • Habilidade Social E a Teoria Dos Campos. **Rae**, v. 47, n.º. 2, p. 61–80, 2007.

FRANCO, N.M.G; DE FARIA, L.I.L. Colaboração científica intraorganizacional: análise de redes por concorrência de palavras-chave. **Em Questão**, v. 25, n.º. 1, p. 87-110, 2019.

GARTNER, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n.º. 4, p. 696–706, 1985. DOI: [10.2307/258039](https://doi.org/10.2307/258039).

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Monitor Global Entrepreneurship 2019/2020**. UK, 2020.

GNYAWALI, D. R.; FOGEL, D. S. Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, n. 4, p. 43-62, 1994.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n.º. 3, p. 481-510, 1985

GUERRERO, M.; URBANO, D. The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 294-309, 2017. DOI: [10.1016/j.techfore.2016.06.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.015).

GUPTA, V.K. *et al.*,. Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: The case of Brazil, China, India, and Korea. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 10, n.º. 2, p. 367–384, 2014.

GURĂU, C.; DANA, L.; LIGHT, I. Overcoming the liability of foreignness: A typology and model of immigrant entrepreneurs. **European Management Review**, v. 17, n.º. 3, p. 701-717, 2020. DOI: [10.1111/emre.12392](https://doi.org/10.1111/emre.12392).

HARZING, A.-W.; ALAKANGAS, S.. Google Scholar, Scopus and the Web of Science: a longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, v. 106, n. 2, p. 787-804, 2016.

HILL, I. How did you get up and running? taking a bourdieuan perspective towards a framework for negotiating strategic fit. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 30, n°. 5-6, p. 662-696, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2018.1449015](https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1449015).

HILL, I.R. Spotlight on UK artisan entrepreneurs' situated collaborations: Through the lens of entrepreneurial capitals and their conversion. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, v. 27, n°. 1, p. 99-121, 2020. DOI: [10.1108/IJEER-11-2019-0642](https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2019-0642).

HISRICH, R.D.; PETER, M.P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JAYAWARNA, D.; ROUSE, J.; MACPHERSON, A. Life course pathways to business start-up. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 26, n°. 3-4, p. 282-312, 2014. DOI: [10.1080/08985626.2014.901420](https://doi.org/10.1080/08985626.2014.901420).

JONES, S. “You would expect the successful person to be the man”: Gendered symbolic violence in UK HE entrepreneurship education. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 7, n°. 3, p. 303-320, 2015. DOI: [10.1108/IJGE-03-2013-0025](https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2013-0025).

JONES, S. Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. **International Small Business Journal**, v. 32, n°. 3, p. 237-258, 2014. DOI: [10.1177/0266242612453933](https://doi.org/10.1177/0266242612453933).

KARATAŞ-ÖZKAN, M. Understanding relational qualities of entrepreneurial learning: towards a multi-layered approach. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n°. 9-10, p. 877-906, 2011. DOI: [10.1080/08985626.2011.577817](https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577817).

KARATAŞ-ÖZKAN, M.; CHELL, E. Gender inequalities in academic innovation and enterprise: A bourdieuan analysis. **British Journal of Management**, v. 26, n°. 1, p. 109-125, 2015. DOI: [10.1111/1467-8551.12020](https://doi.org/10.1111/1467-8551.12020).

KIRZNER, I.M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n°. 1, p. 60–85, 1997

LASSO, S.; MAINARDES, E.; MOTOKI, F. Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n°. 1, p. 233-255, 2019. DOI: [10.1007/s11365-017-0445-8](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0445-8).

LEE, R.; SHAW, E. Bourdieu's non-material forms of capital: Implications for start-up policy. **Environment and Planning C: Government and Policy**, v. 34, n°. 8, p. 1734-1758, 2015. DOI: [10.1177/0263774X16638850](https://doi.org/10.1177/0263774X16638850).

LIBERATI, A., *et al.* PRISMA Statement per il reporting di revisioni sistematiche e meta-analisi degli studi che valutano gli interventi sanitari: spiegazione ed elaborazione. **Evidence**, v. 7, n° 6, p. e1000115, 2015.

LIN, N. Social networks and status attainment. **Annual Review of Sociology**, v. 25, n° 1, p. 467-487, 1999.

LOPES JUNIOR, E. As potencialidades analíticas da Nova Sociologia Econômica. *Sociedade e Estado*, v. 17, n. 1, p. 39–62, 2002.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M.A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n° 6-7, p. 545-564, 2001. DOI: [10.1002/smj.188](https://doi.org/10.1002/smj.188).

MALECK, E.J. Regional social capital: Why it matters. **Regional Studies**, v. 46, n° 8, p. 1023-1039, 2012. DOI: [10.1080/](https://doi.org/10.1080/).

MARCH-CHORDA, I. Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 4, n° 2-3, p. 228-247, 2004. DOI: [10.1504/IJEIM.2004.004758](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2004.004758).

MARTÍNEZ-GÓMEZ, A. Bibliometrics as a tool to map uncharted territory: A study on non-professional interpreting. **Perspectives**, v. 23, n° 2, p. 205-222, 2015.

MCCLELLAND, D.C. **The Achievement Motive in Economic Growth**. In: P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and Economic Development*, p. 108-122. The Free Press, 1971

MCKEEVER, E.; ANDERSON, A.; JACK, S. Entrepreneurship and mutuality: Social capital in processes and practices. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 26, n° 5-6, p. 453-477, 2014. DOI: [10.1080/08985626.2014.939536](https://doi.org/10.1080/08985626.2014.939536).

MONGEON, P.; PAUL-HUS, A. The journal coverage of Web of Science and Scopus: a comparative analysis. **Scientometrics**, v. 106, n° 1, p. 213-228, 2016.

MOREIRA, P.S.C.; GUIMARÃES A.J.R.; TSUNODA D.F. Qual ferramenta bibliométrica escolher? um estudo comparativo entre softwares. **P2P E Inovação**, v. 6, n° 2, p. 140-158, 31 mar. 2020.

MURPHY, P.J.; LIAO, J.; WELSCH, H.P. A conceptual history of entrepreneurial thoughtnull. **Journal of Management History**, v. 12, n° 1, p. 12–35, 2006.

NICHOLSON, L.; ANDERSON, A.R. News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense–Making and Sense–Giving. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n° 2, p. 153–172, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x).

NIETO, M.; GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. Social capital effects on the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 12, n°. 2, p. 507-530, 2016. DOI: [10.1007/s11365-014-0353-0](https://doi.org/10.1007/s11365-014-0353-0).

OMRI, A. Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. **Journal of Business Research**, v. 108, p. 277-290, 2020. DOI: [10.1016/j.jbusres.2019.11.027](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027).

ONYX, J.; LEONARD, R. The conversion of social capital into community development: an intervention in Australia's outback. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 34, n°. 2, p. 381-397, 2010. DOI: [10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x).

PARADKAR, A.; KNIGHT, J.; HANSEN, P. Innovation in start-ups: Ideas filling the void or ideas devoid of resources and capabilities? **Technovation**, v. 41, p. 1–10, 2015

PRET, T.; SHAW, E.; DRAKOPOULOU-DODD, S. Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. **International Small Business Journal**, v. 34, n°. 8, p. 1004-1027, 2016. DOI: [10.1177/0266242615595450](https://doi.org/10.1177/0266242615595450)

RAMBE, P.; NTSANGASE, T.B. Personal factors, forms of capital and the entrepreneurial competence of female engineering and construction SMME owner/managers in an emerging economy context. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, v. 9, n°. 1, p. 1-28, 2020

RAUCH, A.; FRESE, M.; UTSCH, A. Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n°. 6, p. 681-698, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x).

REID, S. The generative principles of lifestyle enterprising: dialectic entanglements of capital-habitus-field. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 27, n°. 3, p. 629-647, 2020. DOI: [10.1108/IJEBr-10-2018-0688](https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2018-0688).

REYNOLDS, P.D. Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions. **Entrepreneurship Theory & Practice**, v. 16, n°. 2, p. 47-70, 1991.

RICARDO, D. **On the Principles of Political Economy and Taxation**. London: John Murray, 1817.

SMITH, A. **An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations**. London: W. Strahan and T. Cadell, 1776.

SAY, J. B. **A treatise on political economy**. Paris: A.A. Renouard, 1803.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press, 1934.

SCOTT, M. Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. **Poetics**, v. 40, n^o. 3, p. 237-255, 2012. DOI: [10.1016/j.poetic.2012.03.002](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002).

SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 11, n^o. 1, p. 42-57, 2005. DOI: [10.1108/13552550510580834](https://doi.org/10.1108/13552550510580834).

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a field of Research. **The Academy of Management Review**, v. 25, n^o. 1, p. 217–226, 2000.

SHAW, E.; WILSON, J.; PRET, T. The process of embedding a small firm in its industrial context. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 35, n^o. 3, p. 219-243, 2017. DOI: [10.1177/0266242616671170](https://doi.org/10.1177/0266242616671170).

ŠMAGUC, T.; VUKOVIĆ, K. Entrepreneurs' social capital in struggles within market field: The case of the croatian software industry. [Poduzetnički društveni kapital u borbi za tržišno polje: Slučaj hrvatske industrije softvera] **Management (Croatia)**, v. 25, n^o. 2, p. 83-110, 2020. DOI: [10.30924/mjcmi.25.2.5](https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.2.5).

SMELSER, N.J.; SWEDBERG, R. **The Sociological Perspective on the Economy**. In: _____. Handbook of Economic Sociology. Princeton University: Princeton University Press, p. 3-26, 1994.

STRINGFELLOW, L.; SHAW, E.; MACLEAN, M. Apostasy versus legitimacy: Relational dynamics and routes to resource acquisition in entrepreneurial ventures. **International Small Business Journal**, v. 32, n^o 5, p. 571-592, 2014. DOI: [10.1177/0266242612471693](https://doi.org/10.1177/0266242612471693).

TATLI, A., *et al.* A Bourdieuan relational perspective for entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n^o. 4, p. 615-632, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12122](https://doi.org/10.1111/jsbm.12122).

THELWALL, Mike. Bibliometrics to webometrics. **Journal of Information Science**, v. 34, n^o. 4, p. 605-621, 2008.

THOMPSON, D. F.; WALKER, C.K. A descriptive and historical review of bibliometrics with applications to medical sciences. Pharmacotherapy: **The Journal of Human Pharmacology and Drug Therapy**, v. 35, n^o. 6, p. 551–559, 2015. DOI: [10.1002/phar.1586](https://doi.org/10.1002/phar.1586).

THORNTON, P.H. The Sociology of Entrepreneurship. **Annual Review of Sociology**, v. 25, p. 19–46, 1999.

THORPE, R., *et al.* Using knowledge within small and medium sized firms: a systematic review of the evidence. **International Journal of Management Reviews**, v. 7, n^o. 4, p. 257-281, 2005.

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

TRIMI, S.; BERBEGAL-MIRABENT, J. Business model innovation in entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n°. 4, p. 449-465, 2012. DOI: [10.1007/s11365-012-0234-3](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3).

VALE, G. Empreendedor: Origens , Concepções Teóricas , Dispersão e Integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n°. 6, p. 874–891, 2014.

VALE, G.M.V.; CORRÊA, V.S. Estrutura social e criação de empresas. **Revista de Administração**, v. 50, n°. 4, p. 432–446, 2015

VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L.. Visualizing bibliometric networks. In: **Measuring scholarly impact**. Springer, Cham, 2014. p. 285-320.

VENKATARAMAN S. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. In: Katz J. et Brockhaus R. (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* (pp. 119-138). JAI Press, 1997

VERSHININA, N., *et al.* Gaining legitimacy through proactive stakeholder management: The experiences of high-tech women entrepreneurs in Russia. **Journal of Business Research**, v. 119, p. 111-121, 2020. DOI: [10.1016/j.jbusres.2018.12.063](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.063).

VIEIRA, E; GOMES, J. A comparison of Scopus and Web of Science for a typical university. **Scientometrics**, v. 81, n°. 2, p. 587-600, 2009.

VILELA, R.B; RIBEIRO, A.; BATISTA, N.A. Nuvem de palavras como ferramenta de análise de conteúdo. **Millenium-Journal of Education, Technologies, and Health**, n°. 11, p. 29-36, 2020.

WEBER, M. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

WONG, N.D.; MCGOVERN, T. Entrepreneurial strategies in a family business: Growth and capital conversions in historical perspective. **Business History**, 2020. DOI: [10.1080/00076791.2020.1807952](https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1807952).

YIN, R.K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Bookman, 2001

ZEN, A.C.; FRACASSO, E.M. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n°. 8, p. 135–150, 2008.

ZSUZSANNA, S.K. *et al.,.* Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU. **Procedia Economics and Finance**, v. 3, n°. 12, p. 268–275, 2012

**Artigo 2 - Dimensão social dos empreendedores de startups de tecnologia:
mobilização e conversão de capitais**

Dimensão social dos empreendedores de *startups* de tecnologia: mobilização e conversão de capitais

Resumo: Este artigo analisa a mobilização, conversão e circularidade de capitais ao longo da trajetória dos empreendedores de startups de tecnologia. O estudo mapeia as trajetórias e interação dos capitais dos empreendedores para a fundação e o desenvolvimento dessas empresas. Por meio de uma pesquisa qualitativa, a partir de cinco estudos de caso realizados através de entrevistas em profundidade com empreendedores de cinco startups de tecnologia. Os resultados sugerem que os capitais são convertidos e reconvertidos ao longo das trajetórias, revelando sua natureza mutável e intercambiável. Em cada fase da trajetória do empreendedor e da *startup*, se destaca um tipo de capital, nas fases iniciais, são os capitais econômico e cultural, durante o desenvolvimento da startup, é o capital social, e atualmente, esses capitais foram convertidos em capital simbólico, que se manifesta pelo reconhecimento e legitimação dos empreendedores no espaço social onde estão inseridos, oferecendo legitimidade na responsabilidade da novidade. O papel de apoio desses capitais empreendedores é dinâmico, envolvendo processo de mobilização e conversão. Explicamos esse movimento por meio da circularidade dos capitais sociais e mostramos como eles apoiam e desenvolvem os estágios de crescimento da empresa.

Palavras-chave: Empreendedor. Startup de Tecnologia. Capital. Trajetória. Mobilização. Conversão

1. Introdução

O empreendedorismo não é uma atividade recente, mas vem ganhando destaque desde a década de 1990, principalmente com o desenvolvimento de empresas de base tecnológica, como as *startups* (FERREIRA *et al.*, 2015; OMRI, 2020). As *startups* de tecnologia são empresas baseadas no conhecimento, seus processos são intensivos em tecnologia e inovação, criam bens e serviços de alto valor agregado, geralmente são de pequeno porte, operam em um ambiente dinâmico de grande incerteza, apresentam altas taxas de crescimento e rentabilidade, são escaláveis e possuem um impacto direto no desenvolvimento socioeconômico (AUTIO; YLI-RENKO, 1998; DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012).

Uma das questões mais intrigantes do empreendedorismo é compreender quem é o empreendedor, dada a multidisciplinaridade do campo, pesquisadores de várias áreas têm se voltado para essa missão, como a psicologia (McCLELLAND, 1971; SEGAL *et al.*, 2005), a área de negócios (FERREIRA *et al.*, 2015) e em especial a economia (BAUMOL,

2010; KIZNER, 1979; SCHUMPETER, 1934). Para o *mainstream* da economia, os empreendedores são atores com características únicas, que tem como objetivo a maximização de recursos e são responsáveis por grandes mudanças na economia e na sociedade (HEBERT; LINK, 2006, LOUNSBURY *et al.*, 2019; SCHUMPETER, 1934). Frequentemente, são retratados como um tipo incomum, com características únicas e tomadores autônomos de decisão (SCHUMPETER, 1934, SEXTON; SMILOR, 1997).

No entanto, essa perspectiva se distancia do contexto socioeconômico e cultural do empreendedor, além de tornar irrelevante a influência das relações sociais (COLBARI, 2007; HEBERT; LINK, 2006), em que o empreendedor é um ator sem intersubjetividade, trajetórias pessoais e complexidade (OGBOR, 2000). Para Hebert e Link (2006) a perspectiva econômica apresenta dificuldade em compreender a dinâmica da vida econômica, ou seja, as relações sociais e o contexto, ficando restrita ao cálculo e à previsibilidade. Por outro lado, “dinamismo é mudança e, mais do que qualquer outra coisa, a mudança é da competência do empreendedor” (HEBERT; LINK, p. 398, 2006).

Nessa direção, buscamos compreender os empreendedores para além da perspectiva econômica, partimos do pressuposto da importância do contexto e das relações sociais para o desenvolvimento do empreendedorismo (ANDERSON, 2015; LOUNSBURY *et al.*, 2019). Propomos uma compreensão mais completa de quem é o empreendedor, como aquele socialmente situado (GRANOVETTER, 1985; KORSGAARD; ANDERSON, 2011; STEYAERT; KATZ, 2004).

Logo, o empreendedorismo pode ser entendido como um processo de mudança promulgado a partir de um contexto econômico e social (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU, BLOK, OMTA, 2018). A mobilização e a conversão de capitais são processos que ajudam na exploração de oportunidades e no ganho de legitimidade dos empreendedores dentro de um espaço social (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; CLOUHG *et al.*, 2019; DE CLERCQ; VORONOV, 2009; PRET *et al.*, 2016).

Embora seja um fenômeno global, muitos estudos focam países da Europa e América do Norte, e expandir os estudos sobre empreendedorismo para outros contextos é um desafio (FERREIRA *et al.*, 2015; LASSO *et al.*, 2019). Além disso, vários autores apontam a importância de compreender os diferentes contextos onde ocorre o empreendedorismo, o processo de empreender e o próprio empreendedor (ANDERSON;

RONTEU, 2017; DRAKOPOULOU- DODD *et al.*, 2016; LASSO *et al.*, 2019; STEYAERT, 2016; WELTER, 2011). Sendo um tema que se tornou relevante para as economias emergentes por apresentarem características específicas, por um lado, têm grande potencial de crescimento, mas, por outro lado, enfrentam consideráveis restrições de recursos e incertezas (ANDERSON; RONTEU, 2017; OMRI, 2020; SENGUPTA *et al.*, 2017; SOLHI;KOSHKAKI, 2016; ROUNDY;BAYER, 2019).

Nesse contexto, destacamos o Brasil, por ser um economia emergente que apresenta crescente desenvolvimento tecnológico e inovação (DALMARCO *et al.*, 2018), considerado um país empreendedor, já que em 2020 quase um terço da população ativa esteve envolvida em alguma atividade empreendedora, seja empreendedorismo de oportunidade ou de necessidade (GEM, 2020). Nesse contexto daremos ênfase aos empreendedores de *startups* de tecnologia, atores inseridos em uma cultura de compartilhamento de conhecimento (MARCH-CHORDA, 2004), que possuem alto capital intelectual, fazem parte de uma rede forte, têm capacidade para lidar com incertezas e riscos, são adaptativos e mobilizadores de recursos (TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012; CLOUGH *et al.*, 2019).

Nosso principal objetivo é analisar a mobilização, conversão e circularidade dos capitais ao longo da trajetória de um grupo de empreendedores de *startups* de tecnologia, bem como analisar a importância desses capitais para a fundação e desenvolvimento das *startups*, além disso, buscamos compreender como o espaço social em que estão inseridos facilita o acesso a esses capitais. Para isso, examinamos o empreendedor sob uma ótica social, em que ser empreendedor envolve uma prática relacional, segundo a teoria e a prática de Bourdieu, destacando a importância do capital mobilizado ao longo de suas trajetórias, como o capital social, para se iniciar e se desenvolver uma empresa (ANDERSON, 2015; CLOUGH *et. al*, 2019; PAGANO *et al.*, 2018; TATLI *et. al*, 2014; YESSOUFOU *et al.*, 2018). Como suporte teórico usamos as categorias de capitais apresentadas por Bourdieu (1986): capital econômico, cultural, social e simbólico, bem como o capital humano, apresentado por Coleman, 1988 .

O estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: “*Qual é o papel dos capitais mobilizados ao longo das trajetórias dos empreendedores para a fundação e o desenvolvimento das startups de tecnologia?*”

A partir de um estudo de caso múltiplo, examinamos cinco *startups* de tecnologia brasileiras. Tal recorte ocorre pela especificidade que as *startups* de tecnologia possuem e pelo crescente interesse pelo tema devido ao seu potencial de impacto no desenvolvimento econômico e social de um país (ACS; AUDRETSCH, 2010; ACS ;SZERB, 2007; DAVIDSSON; HONIG, 2003; GIMON; LEVIE, 2010; THOMAS *et al.*, 2019; VENKATARAMAN, 2004; WRIGHT *et al.*, 2007). Apesar dos esforços recentes sobre o assunto, quase nenhuma discussão ocorreu sobre a dimensão social dos empreendedores em economias emergentes, o que será abordado neste trabalho (DVOULETY, 2017; OGAI *et al.*, 2019; ROUNDY; BAYER, 2019; SENGUPTA *et al.*, 2017).

Nossos resultados indicam que os empreendedores mobilizaram capital em todas as etapas de formação das *startups* que foram empregados em sua atividade empreendedora. Assim, desenvolvemos uma valorização do empreendedor como socialmente situado e socialmente representado (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2018).

Descobrimos que esses capitais são dinâmicos, são inter-relacionados e fluidos, ao invés de fixos e são capazes de conversão e reconversão (PRET *et al.*, 2016). Este trabalho tem contribuições teóricas e empíricas. Do ponto de vista teórico, amplia a compreensão do empreendedorismo como um fenômeno econômico, ou seja, mostramos que é um fenômeno social com resultados econômicos. Do ponto de vista empírico, mostramos como a posição social pode ser utilizada para promover o empreendedorismo como prática (ANDERSON;2015; COSTA; SARAIVA, 2012, OGBOR, 2000).

2. Capitais e Recursos

Nessa seção será apresentada uma revisão de literatura, em que trataremos os temas empreendedorismo, capitais e recursos em conjunto.

2.1 Empreendedorismo: Capitais e Recursos

Uma das questões mais intrigantes sobre o empreendedorismo é compreender quem é o empreendedor (ALDRICH, 2005; GARTNER, 1989). Diversos campos de estudo se concentraram nessa tentativa, como sociologia, economia, gestão e psicologia (HÉBERT; LINK, 2006).

Embora esse fenômeno seja multidisciplinar, por muito tempo houve um predomínio da perspectiva da *mainstream* da economia (FERREIRA *et al.*, 2015; FORSON *et al.*, 2014; OGBOR, 2000). Essa perspectiva retrata os empreendedores como *homo economicus*, ou seja, eles são atores atomizados tomadores de decisão autônomos em busca por maximizar recursos (COSTA; SARAIVA;2012; FORSON *et al.*, 2014; OGBOR, 2000; YESSOUFOU *et al.*, 2018), são considerados um tipo incomum e portadores de características únicas (ALDRICH, 2005).

Nesse sentido, a economia convencional tende a desconsiderar a afetividade, a intersubjetividade, as trajetórias individuais e a complexidade dos empreendedores (COSTA; SARAIVA 2012; OGBOR, 2000; YESSOUFOU *et al.*, 2018). Assim, o contexto socioeconômico e cultural onde os empreendedores estão inseridos é colocado em segundo plano, reforçando a construção de uma ideia romântica e mítica de um ator heroico, dotado de qualidades e habilidades excepcionais, responsável pelo crescimento e desenvolvimento da sociedade (COLBARI 2007; DRAKOPOULOU-DODD; ANDERSON, 2007; DRAKOPOULOU-DODD *et al.*, 2014; JOHNSEN; SØRENSEN, 2016; NICHOLSON;ANDERSON, 2005).

A perspectiva relacional surge como alternativa para estudar o empreendedorismo, e considera o empreendedorismo como um processo dinâmico no qual os empreendedores são influenciados pelo contexto e pelas relações sociais (DRAKOPOULOU–DODD *et al.*, 2014; TATLI *et al.*, 2014). O contexto relacional incorpora as identidades pessoais e familiares ou orientações de vida das pessoas, bem como o contexto cultural, social e econômico em que estão localizadas (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; SKLAVENITI; STEYAERT, 2019)

Entendemos que o empreendedorismo é um processo de mudança promulgado a partir de um contexto econômico e social (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019), e os empreendedores de *startups* de tecnologia são atores socialmente situados e profundamente imersos e integrados com as posições nas estruturas de relações de poder (DE CLERCQ; VORONOV, 2009). Essas posições são ocupadas por atores de acordo com a posse de certos capitais (BASOV;2019; BOURDIEU, 1989). Nesse contexto, uma das questões centrais para o empreendedorismo é a importância dos recursos e do capital para mobilizar e explorar uma oportunidade (CLERCQ; VORONOV, 2009; CLOUGH *et al.*, 2019).

Logo, não há como entender o empreendedorismo e quem são os empreendedores sem considerar os capitais mobilizados ao longo de suas trajetórias (CLOUGH *et al.*, 2019; PRET *et al.*, 2016). Os capitais mobilizados durante a trajetória dos empreendedores anteriormente a abertura do negócio, como a experiência, qualificação, as redes de contatos e reputação, quando combinados facilitam a entrada no mercado e impacta de forma positiva o sucesso da empresa (SHAW; WILSON; PRET, 2017).

Esses capitais são mobilizados por meio de processos sociais e de estratégias que são estabelecidas pelos atores. Além disso, as capitais são conversíveis, servindo de base para estratégias de reprodução social e ocupação no espaço social (BOURDIEU, 1986; PRET *et al.*, 2016; SCOTT, 2012).

Segundo Bourdieu (1986), para compreender a estrutura e o funcionamento do mundo social, é preciso compreender e analisar o capital em todas as suas formas, para além do capital concebido pela teoria econômica. O capital se acumula ao longo da trajetória do ator, seja pessoalmente ou por herança, eles têm a capacidade de gerar lucros e a forma como se distribuem é uma representação do mundo social por meio da reprodução dos grupos sociais (BOURDIEU, 1986). As práticas e interações cotidianas fazem com que os atores sejam inseridos e estimulados naquele espaço, por exemplo, se a família tem uma trajetória empreendedora, é quase natural que as gerações seguintes também se tornem empreendedoras (BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019).

Os atores, como por exemplo os empreendedores, disputam os diversos tipos de capital que têm significado naquele espaço, uma vez que a posse desse capital é uma fonte de poder social, para o qual estabelecem estratégias para garantir ou melhorar sua posição (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; BOURDIEU, 1986; KARATAS -ÖZKAN, 2011; PRET *et al.*, 2016). O espaço social é uma arena de disputa (BOURDIEU, 1986) em que as lutas sociais por legitimidade “baseadas em interesses são disputadas e onde as recompensas de jogar no campo fazem com que o jogo valha a pena ser jogado” (SCOTT, 2012, p. 243).

Aqui podemos destacar o *habitus*, que é um conjunto de desejos, vontades e habilidades socialmente constituídas (BOURDIEU; WACQUANT, 1992), internalizadas nos atores e no espaço social até o momento em que é legitimado (CALHOUN, 2003; DE CLERCQ; VORONOV, 2009). “*Habitus* envolve as estruturas cognitivas e somáticas que

as pessoas usam para entender e representar suas posições no campo” (DE CLERCQ; VORONOV, 2009, p. 402).

Os capitais não são fixos, são passíveis de conversão e reconversão entre si de diferentes maneiras ao longo da trajetória dos atores, fazendo parte de um processo de legitimação e ocupação do espaço social (PRET *et al.*, 2016, ZHONG, 2015; SCOTT, 2012).

2.2 Formas de Capitais, Mobilização e Conversão em empreendedores

O mundo social se forma pela acumulação da história, assim como os capitais, uma vez acumulados, o capital pode se reproduzir e crescer ou mesmo diminuir (BOURDIEU, 1986; FULLER; TIAN, 2006). Quanto maior o acúmulo desses capitais pelo empreendedor, mais dominante ele será no espaço social em que está inserido (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; OZBILGIN; TATLI, 2005).

Os capitais não são fixos, podem ser convertidos e reconvertidos entre si ao longo da trajetória dos atores influenciando suas posições no espaço social (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; OZBILGIN; TATLI, 2005). Além do conceito de capital no sentido econômico e tangível, trataremos aqui também dos conceitos de capital cultural, capital humano, capital social e capital simbólico representados no quadro 1.

Quadro 1 – Formas de Capitais, mobilização e conversão

Tipos de Capital	Descrição	Formas de Mobilização de capital	Formas de conversão de capital pelo empreendedor
Econômico Bourdieu (1986); Coleman (1988). Bisignano e El-anis (2019) Braidford, Drummond e Stone(2017)	Bens de produção e os bens econômicos e os bens e serviços que ele permite o Acesso;	Investimento econômico e cultural; Relações sociais; Trabalho; Herança; Contexto familiar;	Permite acesso à educação de elite em escolas e universidades de prestígio, acesso a redes de contato e recursos para a startup;
Cultural/ Humano Bourdieu (1986) Clercq e Voronov (2009) Coleman (1988); Davidsson e Honig (2003) Rauch <i>et al.</i> ,(2005); Bhagavatula <i>et al.</i> , (2010) Pret <i>et al.</i> , (2016) Çakmak, Lie e Selwyn	Estado Incorporado: São os capitais incorporados, como os gostos e o domínio da linguagem; Estado Objetivado: objetos materiais como livros e instrumentos; Estado Institucionalizado:	Estado Incorporada: Custo pessoal e esforço, capital familiar; Estado Objetivado: relacionado com o capital econômico, pode ser transferível Estado Institucionalizado:	Acesso a redes de contatos, adaptação ao <i>habitus</i> , desenvolvimento de habilidades pessoais, credibilidade, reconhecimento e exploração de oportunidades. Permite o reconhecimento das “regras do jogo”;

(2019) Reid (2020)	títulos acadêmicos Capital humano: desenvolvimento de habilidades	qualificação acadêmica Capital humano: acumulo de experiência	ajudando a incorporar o <i>habitus</i> Acesso a capital social;
Social Bourdieu (1986); Coleman (1988); Lin (1999); Lounsbury e Glynn (2001); Onyx e Leonard (2010); Pret et. al (2016) Çakmak, Lie e Selwyn (2019)	Recursos atribuídos a participação em um grupo e pelo acesso a uma rede de relações institucionalizadas; Recursos incorporados em uma estrutura social; Pode ser transformado em capital econômico e cultural;	Redes e interações sociais; Relações sociais.	Acesso a rede de contatos, legitimidade, confiança, reciprocidade, recursos e informações;
Simbólico Bourdieu (1986); Pret <i>et al.</i> (2016); Baghel e Parthasarathy (2019)	É um tipo de capital que se manifesta pela importância de outros capitais, através do conhecimento e do reconhecimento.	Títulos, prêmios, reputação, nome, prestígio,	Distinção profissional, títulos, prêmios, reputação, prestígio legitimidade; associação com pessoas referência na área;

Fonte: Elaborado pelos autores

O *capital econômico* é o conjunto de bens de capital, como terras, renda e riqueza, pode ser acumulado, reproduzido e aumentado, através de estratégias de investimento que pode ser econômico, cultural e por meio de redes de contato (BONAMINO *et al.*, 2010; BOURDIEU, 1986; COLEMAN, 1988). Esse tipo de capital permite a conversão imediata em recursos financeiros bem como o acesso a outros tipos de capitais, como o capital cultural possibilitando o acesso a uma educação de elite e aquisição de bens culturais; e o capital social, em que as conexões do ator associado a posse de recursos garante uma posição privilegiada no espaço social (BOURDIEU, 1986; PRET *et al.*, 2016).

Bourdieu (1986) afirma que o *capital cultural* pode se manifestar de três formas: no **estado incorporado** (disposições duradouras), no **estado objetivado** (bens culturais) e no **estado institucionalizado** (qualificação educacional), sua acumulação é constante, acontece por toda a trajetória de vida de um indivíduo. A internalização desse tipo de capital, posteriormente, resultará no *habitus*, ou seja, parte integrante de um indivíduo ou grupo social (BOURDIEU, 2005).

Para De Clercq e Voronov (2009) o capital cultural desempenha um papel importante na legitimação dos empreendedores de *startups* num determinado espaço social. Primeiro, através construção da credibilidade e confiança, pelo endosso da qualidade da empresa diante de outros atores; segundo, quanto maior o acesso ao capital

cultural maiores são as chances e a capacidade do ator de compreender as regras do jogo e adotar estratégias para melhorar sua posição no espaço social (MARTINS; DONADONE, 2018; ÇAKMAK *et. al*, 2018).

Aqui, faze-se um adendo, incluindo o conceito de *capital humano* que “criado por mudanças em pessoas em suas habilidades e capacidades que os tornam capazes de agir de novas maneiras” (COLEMAN, 1988, p. S100). O capital humano é o conhecimento acumulado pelo empreendedor através de suas vivências pessoais, como o trabalho, relações sociais e o seu cotidiano e pela educação (BHAGAVATULA *et al.*, 2010; RAUCH *et al.*, 2005; PRET *et al.*, 2016). Está associado a identificação e exploração de oportunidades (VENKTARAMAN, 1997) e quando combinado ao capital social a proporciona acesso a outros capitais (ANDERSON; MILLER, 2003). Atores com experiências anteriores têm mais chances de se envolverem em atividades empreendedoras (DAVIDSSON; HONIG, 2003).

Quando se trata de convertibilidade dos capitais Anderson e Miller (2003) propõem que o *status* socioeconômico elevado, associado ao capital cultural incorporado, facilita o acesso dos empreendedores a redes sociais mais amplas. Por outro lado, a falta de capital cultural faz com que o ator tenha uma capacidade limitada de se adequar ao *habitus* de um determinado espaço social, que pode restringir o acesso as redes sociais (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; LOUNSBURY; GLYNN, 2001). Os empreendedores buscam aprovação dos outros atores que estão inseridos no dentro do espaço social, por meio da conformidade ou pela quebra de regras com relação ao comportamento esperado para esse grupo de atores (BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; DE CLERCQ; VORONOV, 2009).

O *capital social* é um conjunto de recursos efetivos ou potenciais que o ator acessa ao fazer parte de um grupo, garante acesso a uma rede de relações durável e de confiança mútua, proporcionando reconhecimento e apoio, ou seja, lhe conferindo uma “credencial” (BOURDIEU, 1986). É composto por várias dimensões que estão baseadas em estruturas sociais e facilitam a ação dos atores (COLEMAN, 1988).

O acesso ao capital social está relacionado a mobilização e a conversão dos capitais econômico e cultural, também garante acesso a rede de contatos lhe garantindo credenciais para entrada em um determinado grupo, criando relações de confiança mútua e reciprocidade, e com isso conseguem mobilizar os diversos recursos necessários para abrir

novas empresas (ANDERSON; MILLER, 2003; ÇAKMAK *et. al.*, 2018; LIGHT; DANA, 2013; PRET *et al.*, 2016; SVENDSEN *et. al.*, 2010). Ainda, o capital social pode ser convertido em capital simbólico quando os atores se associam com outros atores que possuem reputação e prestígio (LOUNSBURY; GLYNN, 2001).

O *capital simbólico* é a propriedade de qualquer que seja o tipo de capital, que é percebido e reconhecido pelos atores sociais e que lhe atribuem valor, sua percepção é construída ao longo do tempo de uma determinada pessoa diante de outras, considerando sua reputação e valor (BOURDIEU, 1986; FULLER; TIAN, 2006; PRET *et al.*, 2016). Se manifesta através do conhecimento e de reconhecimento de coisas como: direito, bom nome, honra, fama, prestígio e reputação (BOURDIEU, 1993 *apud* GERGS, 2003).

A aquisição de capital simbólico demanda tempo, dinheiro e energia, muitas vezes ele está relacionado com legitimidade, prestígio e valor bem como a educação, quanto mais alto o nível educacional maior o capital simbólico do a ator (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; ÇAKMAK *et al.*, 2018). Para o empreendedor sua influência está na importância que os outros atores atribuem ao capital simbólico, por meio do reconhecimento e da legitimidade (FULLER; TIAN, 2006; PRET *et al.*, 2006).

Portanto, utilizamos uma lente social para analisar os atores, nos quais o processo de se tornarem empreendedores ao iniciar um *startup* de tecnologia é uma prática relacional, afetada pelas relações sociais, que envolve tanto a mobilização e quanto conversão de capitais em suas trajetórias de acordo com a posição ocupada no espaço social (ANDERSON, 2015; CLOUGH *et. al.*, 2019; PAGANO *et al.*, 2018; TATLI *et. al.*, 2014; YESSOUFOU *et al.*, 2018).

3. Método

3.1 Contextualização e abordagem

Para Gartner (1985) o empreendedorismo pode ser analisado através de quatro dimensões: o indivíduo, o processo, a organização e o ambiente. Para esse trabalho nós escolhemos como nível de análise o indivíduo enquanto empreendedor (DAVIDSSON; WILLUND, 2001).

Nosso estudo caracteriza-se por uma pesquisa qualitativa (COPE, 2005; PRET *et al.*, 2016) em que buscamos compreender como o capital mobilizado e convertido ao longo

das trajetórias de empreendedores contribui para a fundação e desenvolvimento de *startups* de tecnologia. A utilização de uma abordagem qualitativa atende aos apelos por alternativas à adoção de métodos funcionalistas que predominam no estudo do empreendedorismo (ANDERSON, 2015; BRAIDFORD *et al.*, 2017; DRAKOPOULOU-DODD *et al.*, FORSON *et al.*, 2014; TATLI *et al.*, 2014).

Optamos por realizar cinco estudos de caso com empreendedores de *startups* de tecnologia no Brasil. O método do estudo de caso se beneficia do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para realizar a coleta e análise de dados, esta abordagem permite a aprofundar a compreensão da realidade social, o que não pode ser alcançado apenas por trabalho amostral e análise quantitativa (YIN, 2001), além disso, nós conduzimos uma análise *cross-case*, ou seja uma análise cruzada dos casos (BYRNE; RAGIN, 2009). Essa escolha foi feita para ajudar a compreender a complexidade da relação dos empreendedores de *startups* de tecnologia com o capital (EISENHARDT, 1989).

Os empreendedores de *startups* de tecnologia estão inseridos em uma cultura de compartilhamento de conhecimento, possuem alto capital intelectual, fazem parte de uma rede de contatos, lidam com incertezas, são adaptativos e mobilizadores de recursos (MARCH-CHORDA, 2004; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012). As *startups* de tecnologia fazem parte de uma nova lógica do sistema capitalista, suas atividades intensivas em tecnologia, inovação e conhecimento (ELORZ, 2003). São empresas nascentes, pequenas, escaláveis, que criam e desenvolvem produtos e serviços de alto valor agregado, mas apresentam índices de falha, pois operam em um ambiente dinâmico e incerto (DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012).

Nossa pesquisa foi desenvolvida no contexto das economias emergentes, no destacando o Brasil, um país que se destaca pelo crescente desenvolvimento tecnológico e inovação, sendo uma das 12 maiores economias do mundo (DALMARCO *et al.*, 2018; FMI, 2019) considerado um país empreendedor, em 2020, quase um terço da população ativa estava envolvida em alguma atividade empreendedora, seja por oportunidade ou necessidade (GEM, 2020).

3.2 Seleção de amostra e coleta de dados

Para fazer a análise de trajetória dos empreendedores de *startup*, realizamos cinco estudos de caso (STAKE, 1995) com empreendedores de *startups* de tecnologia. O recorte escolhido, se justifica pela importância e destaque que essas organizações vêm recebendo nos últimos anos, seja pelo impacto econômico de geração de renda e emprego e pelo impacto social, uma vez que são responsáveis por grandes mudanças de paradigmas e comportamento, além de serem empresas relacionadas a alto capital intelectual e intangível (ACS; AUDRETSCH, 2010; ACS; SZERB, 2007; DAVIDSSON; HONIG, 2003; GIMON; LEVIE, 2010; THOMAS *et al.*, 2019; VENKATARAMAN, 2004; WRIGHT *et al.*, 2007).

Além disso, vemos um movimento mundial de incentivo a esse tipo de empreendedorismo, o que nos fez questionar quem são as pessoas por trás dessas empresas e como suas trajetórias pessoais contribuíram para se tornarem empreendedores.

No Brasil existem pólos tecnológicos e de inovação com alta concentração de *startups*, principalmente no estado de São Paulo, que aparece no ranking mundial dos ecossistemas de *startups*, considerada a região que mais promove o empreendedorismo no país, tendo um dos ecossistemas de *startups* mais maduros na América do Sul de acordo com o relatório do Startup Genome (2020).

Portanto, considerando a importância da região, tivemos acesso a 5 empreendedores, apresentados no quadro 2, que fundaram e estão à frente de *startups* que se destacam por sua atuação, além disso, esses empreendedores ocupam papel de destaque no ecossistema em que estão inseridos, atuando em diferentes áreas, mas com tecnologia e inovação como suas principais atividades, além disso, são atores que se destacam por sua trajetória de sucesso, por meio de prêmios em suas áreas de atuação, construção de reputação e prestígio

Quadro 2 - Perfil dos empreendedores

Empreendedor	Idade	G/R*	Escolaridade	Negócio	Nº de Funcionários	Ano de fundação	Localização
A	31	M/B	Mestrado	Dados Abertos/TI	13	2016	Coworking
B	38	F/B	Doutorado	Indústria 4.0	27	2016	Local Próprio
C	43	F/B	Mestrado	Inteligência Artificial e Gestão	16	2008	Coworking
D	53	F/B	Pós-doutorado	Aplicativo	9	2018	Coworking
E	35	M/N	Graduação	Solução de precificação para MPE	16	2018	Coworking

*G/R: Gênero e Raça

Fonte: elaborado pelos autores

Foram feitas entrevistas em profundidade com os 5 empreendedores, apresentados na tabela 2, o contato inicial foi feito por meio de redes de contatos que facilitaram o acesso aos mesmos. As entrevistas foram realizadas no segundo semestre de 2019, com duração de 60 a 120 minutos cada uma. Essas entrevistas foram realizadas presencialmente ou por videochamada, foram gravadas e em um segundo momento foram transcritas na íntegra, neste momento pudemos destacar trechos que revelam informações importantes para a pesquisa, possibilitando a construção de uma narrativa detalhada e dados analíticos (KISLOV *et. al*, 2017).

As entrevistas iniciaram-se com a apresentação das pesquisas e dos pesquisadores, por meio de uma conversa informal para criar uma relação de confiança com os entrevistados, e seguiram com questionamentos sobre o empreendedor, como “qual é o seu nome?”, “Qual a sua profissão antes se tornar um empresário?” e “fale-me sobre o seu negócio”.

3.3 Análise dos dados

Empregamos uma análise *cross-case*, na qual cada caso é apresentado e na sequência as respostas são agrupadas, possibilitando a comparação dos empreendedores entrevistados (ANDERSSON; CARLSEN; GETZ, 2002; BYRNE; RAGIN, 2009).

Para a construção da narrativa e da análise dos dados adotou-se um método de análise interpretativista em que há uma conexão da narrativa com a o debate teórico

apresentado, considerando que o empreendedorismo está relacionado com o indivíduo (COPE, 2005;2011; PACKARD, 2017; PETTIGREW, 1990). Propomos uma análise a partir da visão de construção social do mundo em que os significados são atribuídos pelo contexto, pelas experiências dos atores e pela interpretação subjetiva, que surgem, se sustentam, são compartilhadas e se modificam, em que as regras aqui são subjetivamente definidas (BURREL; MORGAN, 1977; COPE, 2005; HOWORTH, 2010).

Aqui os debates teóricos e conceitos apresentados pelo autor, como capitais, *habitus* e espaço social (BOURDIEU, 1986), foram recodificados e utilizados para responder nossa questão de pesquisa, apresentando as etapas da mobilização e conversão de capitais ao longo da trajetória dos empreendedores de *startups*.

4. Estudos de Casos: 5 empreendedores de startup de tecnologia

Faremos uma breve apresentação de nossos respondentes, apresentando os capitais mobilizados que se destacam durante suas trajetórias e como esses capitais contribuíram para sua ação empreendedora e na sequência como esses capitais foram se convertendo e ganhando outros significados.

4.1 Empreendedor A

O empreendedor A é um entusiasta do empreendedorismo, uma pessoa muito aberta e receptiva, tem uma postura jovem e descontraída, conversamos por chamada de vídeo por aproximadamente 2 horas. Logo no início de nossa entrevista ele compartilhou sua ideia de que o empreendedorismo é um meio de transformação, de construção da mudança e uma forma de distribuição de responsabilidades.

Ele divide os empreendedores no Brasil em dois grupos: “sobrevivência” e “geração de valor”. Em que a maioria dos empreendedores no Brasil se encaixa no primeiro grupo, já que empreender envolve alto volume capital econômico e social e muitas pessoas não têm acesso a esses capitais. Revelando seu inconformismo e posicionamento de que a origem social tem grande influência no tipo de empreendedorismo.

Nascido na cidade de São Paulo, seu pai é Engenheiro Eletricista e sua mãe é graduada em História. Ainda na infância se mudou para o interior do estado pois o pai

desejava ficar mais próximo da família e empreender, decidindo então deixar o emprego de engenheiro em um hospital, para empreender na área de equipamentos e suprimentos hospitalares, o negócio existiu por 10 anos, porém não obteve sucesso. Após o encerramento da empresa, seu pai decidiu retornar para o mercado de trabalho, fez uma pós-graduação e atualmente é funcionário público, nessa mesma época sua mãe lecionava em uma escola, mas parou de trabalhar quando se mudaram e não voltou para o mercado de trabalho.

O empreendedor A estudou em escolas particulares, com bolsa parcial de estudos. No ensino médio já se arriscava na área de programação e sempre teve curiosidade pelas áreas de tecnologia e computação, em 2007 conseguiu ingressar no curso de Ciências da Computação, sem grandes dificuldades, na Universidade Federal de São Carlos, considerada uma das universidades de prestígio no país.

Na universidade fez estágios e pesquisas na área de engenharia de *software*, nessa época teve sua primeira tentativa de empreender, juntamente com um colega, mas não conseguiram seguir em frente. Quando terminou a faculdade ingressou no mercado de trabalho em sua área de formação numa empresa de energia.

Apesar de exercer sua profissão, sempre teve vontade de empreender, solucionando problemas por meio do uso da tecnologia, mas se sentia inseguro. Seu momento de virada aconteceu em 2015, marcando o início da sua trajetória como empreendedor, quando participou e ganhou o prêmio InovApps do Ministério das Comunicações com a ideia de um aplicativo de monitoramento de criação e alteração de leis.

Depois de ganhar o edital retornou para São Carlos, pois era onde tinha uma rede de contatos o que facilitaria acesso a recursos para a fundação da *startup*. Ainda nessa mesma época decidiu ingressar no mestrado em Ciências da Computação na Universidade de São Paulo, para ampliar seus conhecimentos e superar sua insegurança já que estava respaldado por uma instituição com reputação, lhe conferindo “credibilidade na área”.

E foi em 2016, com o primeiro cliente “*jogo realmente começou*”, foi o momento que ele se deu conta que o empreendedorismo tem regras específicas e que ele precisava conhecer e aprender para poder “jogar”. Atualmente a empresa tem 58 clientes e estão em fase de crescimento e na busca por capital financeiro, está instalada em um *coworking*, um espaço de trabalho coletivo, a escolha do lugar foi por ser uma forma de reduzir os custos operacionais e construir uma rede de contatos.

É um participante ativo do ecossistema e um formador de opinião e geração de conteúdo nesse ambiente, nas redes sociais como o LinkedIn e no blog da startup, já atuou de forma pontual como mentor para outros empreendedores. Tem uma rede de contatos bem extensa e está buscando através dela acessar os recursos financeiros.

Quadro 3-Identificação dos capitais Empreendedor A

Capital	Antes da fundação da startup	Fundação da startup	Depois da fundação da startup
Econômico	Família de classe média Ganhos através da profissão Prêmio (Inovapp)		Recursos financeiros de investidores
Cultural e Humano	Estudou em escolas privadas; Graduação em Universidade Pública (prestígio) Experiência profissional;	Mestrado em ciências de dados, em universidade pública (universidade de prestígio)	Construção de conhecimento sobre empreendedorismo e negócios por meio da experiência empreendendo e com a startup
Social	Rede de contatos para que ajudou na fundação da startup	Construção e manutenção das redes de contato	Redes de contato com investidores, mentores e outros empreendedores
Simbólico	Prêmio Inovapp Título acadêmico – graduação	Título acadêmico – mestrado Experiência profissional	Títulos acadêmicos, reputação e prestígio; Startup é considerada um caso de sucesso, empreendedor é um produtor de conteúdo sobre empreendedorismo, atua como mentor;

Fonte: Elaborado pelos autores

4.2 Empreendedora B

A empreendedora B nos recebeu após um longo dia de trabalho de forma muito receptiva, a entrevista durou cerca de 1 hora e 30 minutos. Logo no início da entrevista ela nos revelou que atualmente está numa fase da vida em que busca por novos desafios, e empreender é um deles.

Nascida no interior do estado de São Paulo, seu pai era Engenheiro Mecânico e empreendedor em série, fundador de 5 empresas, sendo seu grande exemplo de vida e de empreendedorismo, já que ela também está na sua terceira empresa. Sua mãe era professora e atualmente cuida de um dos negócios deixados pelo pai, mas não possui a mesma paixão que o pai pelo empreendedorismo.

A empreendedora estudou em escola pública no ensino fundamental e escola particular no ensino médio. Após terminar o ensino médio em 2000 iniciou a graduação em Odontologia, na Universidade de São Paulo, uma das universidades de maior prestígio do país, para ela isso foi fundamental para ela chegar aonde está hoje.

Depois da graduação, fez mestrado e doutorado na mesma área, também na Universidade de São Paulo, ambos com bolsa de estudos de agências de fomento. Para ela, o acesso à universidade foi importante para a construção de uma rede de contatos e para consolidação de seus conhecimentos, mas não contribuiu com a sua formação enquanto empreendedora.

Sua entrada na *startup* aconteceu em 2015, quando dois de seus atuais sócios foram ao seu consultório para vender uma impressora 3D. Logo ela percebeu que a impressora da forma como era apresentada não tinha grande utilidade, mas se fosse aprimorada poderia revolucionar a área da odontologia, foi aí que ela viu uma oportunidade de negócio, já que há um tempo acompanhava as novidades relacionadas a indústria 4.0 e suas aplicações. E então, ao invés de comprar a impressora, ela fez uma proposta de compra de cota, se tornando sócia.

Atualmente a *startup* é uma das pioneiras no país na área de impressão 3D para o mercado odontológico, está instalada em local próprio, já possui um faturamento bruto de R\$ 1 milhão de reais, o capital investido é dos sócios. A *startup* se beneficia diretamente das redes de contatos e da reputação que a empreendedora construiu durante sua trajetória acadêmica e profissional.

A empreendedora B atua diretamente e ativamente na *startup*, sendo a única dentista e a única pessoa que domina os *softwares* que são utilizados para realizar as impressões, aprendeu por conta própria como manuseá-los e assim abriu um novo nicho dentro da empresa, de cursos e treinamentos. Além disso, ela tem um pedido de patente de um produto desenvolvido pela *startup*.

Durante a entrevista ficou evidente que a empreendedora está disposta a correr riscos, está sempre buscando formas de adquirir e compartilhar conhecimento. Está à frente dos cursos, palestras, eventos, captação de clientes e na construção da rede de contatos. Ela deseja iniciar um novo negócio, mas no ramo do empreendedorismo social, empregando a tecnologia desenvolvida na *startup*.

Quadro 4- Identificação dos Capitais Empreendedora B

Capital	Antes da fundação da <i>startup</i>	Fundação da <i>startup</i>	Após da fundação da <i>startup</i>
Econômico	Família de Classe média; Ganho por meio da profissão; Bolsas de estudo	Ganhos por meio da profissão	Ganhos por meio da profissão; Acesso a capital financeiros por meio de investidores
Cultural e Humano	Escola privada Graduação, mestrado e doutorado em Universidade pública (prestígio) Experiência profissional	Desenvolvimento e construção do background profissional	Construção de conhecimento sobre empreendedorismo e gestão; Desenvolvimento de expertise na área de atuação da startup;
Social	Sólida rede de contatos construída durante a trajetória acadêmica e profissional	Construção e manutenção da rede de contatos com sócios, clientes e investidores	Sólida rede de contato profissional
Simbólico	Títulos acadêmicos; Bolsas de estudo; Construção da reputação e prestígio	Prestígio e reputação; Experiência profissional	<i>Expertise</i> e know-how na área de atuação da startup Reputação e prestígio; Patente

Fonte: Elaborado pelos autores

4.3 Empreendedora C

A empreendedora C é uma pessoa muito dinâmica e imersa nas atividades da *startup* na qual desempenha uma função estratégica. Para conseguir entrevistá-la tivemos que reagendar algumas vezes, a entrevista foi feita por vídeo chamada por cerca de 1 hora.

No início da entrevista a empreendedora compartilhou um pouco sobre a sua trajetória. Nascida no interior de São Paulo, é de uma família de origem humilde, seu pai cursou ensino fundamental e a mãe tem ensino médio completo, estudou em escola pública e então quando tinha 17 anos, fez um intercâmbio para os Estados Unidos com ajuda de um tio que estava indo fazer pós-doutorado.

Quando voltou para o Brasil começou a dar aula de inglês e tinha muitas dúvidas sobre qual carreira seguir, optou pelo curso de Sistemas de Informação. Fez sua graduação em uma faculdade particular com uma bolsa de estudos parcial. Ainda na universidade teve contato com alguns professores que eram alunos de mestrado na Universidade Federal de São Carlos, que a apresentaram à universidade e às pesquisas que eram realizadas lá, incentivando a sua entrada na pós-graduação.

A partir desse contato, optou por fazer o mestrado em Ciências da Computação com ênfase em Engenharia de Software na UFSCar, obteve bolsa de estudo de uma agência de fomento. Foi no ambiente acadêmico que sua *startup* surgiu, a partir de seu

trabalho de mestrado, ela e um colega decidiram transformar suas ideias em um negócio, e assim fundaram a *startup* que atua na área de gestão de informação, dados e gestão da inovação e em 2014 a *startup* migrou para a área de Inteligência Artificial.

O recurso financeiro investido na empresa é de uma agência de fomento, a busca por esse tipo de recurso aconteceu devido a sua experiência acadêmica e a experiência com editais de busca por fundos, com isso a empreendedora se tornou uma referência no assunto, auxiliando outros empreendedores que buscam por esse tipo de recurso.

No início de suas atividades a *startup* estava instalada na universidade, com o decorrer do tempo, migraram para uma incubadora, onde tiveram acesso a programas de mentoria, cursos de gestão e acesso a rede de contatos com outros empreendedores. Atualmente estão instalados em um *coworking*, a escolha se deu pelo ambiente inovador, que promove a colaboração e cooperação, bem como o acesso a outros empreendedores e possíveis investidores.

Atualmente a empresa está em fase de crescimento e captação de recursos, operando em São Carlos e em São Paulo. A *startup* já participou de programas de aceleração, programas de capacitação, um deles promovido pela *Royal Academy* em Londres e foi uma das 10 *startups* selecionadas para a Mentoria do Banco Bradesco.

A empreendedora C é uma pessoa ativa dentro do ecossistema, sendo considerada uma das principais empreendedoras e a sua *startup* é um caso de sucesso. Para ela, empreender é um propósito de vida, que exige persistência e resiliência.

Quadro 5 - Identificação dos Capitais da Empreendedora C

Capital	Antes da fundação da <i>startup</i>	Fundação da <i>startup</i>	Depois da fundação da <i>startup</i>
Econômico	Classe baixa	Bolsa de estudo Agências de fomento	Agência de fomento; Investidores
Cultural e Humano	Escola pública; Graduação em universidade particular (baixo prestígio) Mestrado em universidade pública (prestígio)	Conclusão do mestrado; Participação em programas de treinamento e mentorias	Participação em programas de mentorias, incubação e aceleração; Construção de conhecimento sobre empreendedorismo por meio de sua experiência como empreendedora
Social	Acesso a rede de contato com professores da universidade onde iniciou o mestrado, que apresentaram as possibilidades de	Construção e manutenção de rede de contatos com outros empreendedores, clientes, e investidores	Sólida rede de contato acadêmica e profissional

	pesquisa		
Simbólico	Títulos acadêmicos; Experiência acadêmica	Bolsa de estudos de agências de fomento; Títulos acadêmicos e reputação	Títulos acadêmicos; Reputação e prestígio; Startup é considerada um caso de sucesso no ecossistema; É referência em participação em editais de agências de fomento para aquisição de recursos

Fonte: Elaborado pelos autores

4.4 Empreendedora D

A Empreendedora D nos recebeu no *coworking* onde a startup está localizada. É uma pessoa muito sociável e acessível, a todo momento estava se comunicando com os outros empreendedores e a entrevista durou cerca de 1 hora e 20 minutos.

A empreendedora nasceu na cidade do Rio de Janeiro, seu pai é advogado e atuou como professor universitário e sua mãe é formada em letras e atuou como funcionária pública, durante sua vida escolar estudou em escolas particulares.

Em 1983, concluiu a graduação em Biologia na Universidade Santa Úrsula no Rio de Janeiro, uma universidade particular de prestígio, na sequência iniciou o mestrado na mesma área, pela Fundação Oswaldo Cruz (FioCruz), um dos mais renomados centros de pesquisa do país, iniciando sua carreira como pesquisadora. Na década de 90, se mudou para os Estados Unidos, pois seu marido iniciou seus estudos de pós-graduação lá, durante o tempo que permaneceu no país trabalhou em laboratórios dentro de Universidades e Hospitais, como técnica especializada.

Retornando para Brasil se mudou para São Carlos, onde trabalhou durante 8 anos na Prefeitura, primeiro como implementadora e gestora de um projeto de coleta seletiva e depois como responsável pela área de educação ambiental da Secretária de Educação. Após esse período, decidiu voltar para a academia, fez doutorado e pós-doutorado na área de biologia, na Universidade Federal de São Carlos, com bolsa de estudos de agência de fomento. Foi durante esse período que conheceu uma de suas sócias, por meio dos grupos de pesquisa e projetos, e decidiram fundar a *startup*, voltada para desenvolvimento de um aplicativo para educação ambiental em zoológicos, além de realizarem atividades de capacitação e desenvolvimento de soluções na mesma área.

Considera a ideia de empreender muito atrativa, já que consegue aplicar seus conhecimentos, além da possibilidade de flexibilidade de tempo, pois se divide entre diversas atividades, como a gestão e operação da *startup*, é revisora de artigos científicos, participa do conselho gestor do município, é parecerista de bolsas de agência de fomento e a vida familiar.

O recurso investido na *startup* foi adquirido através de agência de fomento, a facilidade de acesso a esse tipo de recurso se dá pela sua trajetória e pela vasta experiência acadêmica, sendo uma pessoa que circula facilmente por esse ambiente.

Participou de programas de aceleração, que considera primordiais, tanto para qualificação, quanto para criação de uma rede de contatos. Já que para ela o empreendedor deve ter a capacidade de criar e manter uma rede de contatos.

Sua trajetória acadêmica e profissional a posiciona como uma mentora tanto na *startup* quanto no ecossistema em que está inserida, compartilhando conhecimento e experiência, ajudando outros empreendedores. A *startup* já ganhou um prêmio como um caso de sucesso na área de gestão ambiental em um congresso e o objetivo para o futuro da empresa é se consolidar na área e servir como um instrumento de transformação social.

Quadro 6- Identificação dos capitais Empreendedora D

Capital	Antes da fundação da <i>startup</i>	Fundação da <i>startup</i>	Depois da fundação da <i>startup</i>
Econômico	Família de classe média alta Ganhos por meio da profissão Bolsas de estudo	Ganhos por meio da profissão Agências de fomento	Ganhos por meio da profissão Agências de fomento
Cultural e Humano	Escola privada; Graduação, mestrado, doutorado e pós-doutorado em universidades públicas (prestígio) Experiência profissional	Participação em programas de mentoria e treinamento	Participação em programas de mentoria, incubação e aceleração; Construção de conhecimento sobre empreender
Social	Sólida rede de contatos, construída por meio de sua trajetória acadêmica e profissional	Construção e manutenção de uma rede de contatos com outros empreendedores, clientes e investidores	Sólida rede de contatos acadêmica e profissional
Simbólico	Títulos acadêmicos; Prestígio e reputação; Experiência profissional;	Bolsa de estudos; Recursos de agência de fomento Títulos acadêmicos Reputação	Reputação e prestígio; É referência em participação em editais de agências de fomento para aquisição de recursos

Fonte: Elaborado pelos autores

4.5 Empreendedor E

O empreendedor E foi nosso último entrevistado, tem uma postura mais pragmática, apesar da sua disposição em participar, suas atividades na *startup* ocupam a maior parte do seu tempo, o que dificultou o agendamento da entrevista, que foi a realizada por vídeo chamada, com duração de aproximadamente 1 hora.

Nasceu na cidade de São Paulo e na adolescência se mudou para São Carlos, seu pai é taxista e a mãe trabalhava como diarista. Sempre estudou em escola pública, o que ele acredita que dificultou a sua entrada na universidade, devido à baixa qualidade do ensino. Após três tentativas conseguiu ingressar no curso de graduação em matemática na Universidade Federal de São Carlos, mas nunca desejou se tornar professor e nem seguir uma carreira corporativa, então decidiu abandonar o curso. Porém, no decorrer de sua vida como empreendedor sentiu a necessidade de obter conhecimentos sobre gestão, decidindo então fazer uma graduação em processos gerenciais no Instituto Federal de São Paulo.

Seu objetivo de vida sempre foi ser empreendedor na área de tecnologia, influenciado por um tio, que trabalhava como desenvolvedor de *software*. Ainda na infância começou a estudar programação por conta própria e na fase adulta começou a empreender, antes da sua atual *startup*, já havia fundado 5 empresas na área de tecnologia.

Apesar dos empreendimentos anteriores não terem obtido sucesso, o empreendedor acredita que a experiência e o conhecimento acumulados foram primordiais para que ele chegasse à sua empresa atual. Destacando que um empreendedor tem que ser uma pessoa resiliente, com capacidade analítica e deve propor soluções para problemas reais.

A sua atual *startup* oferece uma solução de precificação para pequenas e microempresas, está instalada em um *coworking*, a escolha do lugar aconteceu pela possibilidade de troca de conhecimentos e experiências, é um ambiente inovador, reunindo os principais empreendedores da cidade.

Apesar da empresa ter menos de 2 anos de operação, ela já coleciona diversos prêmios, entre eles, foram uma das 10 *startups* selecionadas para o programa de Aceleração da Visa, foram vencedores do programa de aceleração do Sebrae, foi considerada a melhor startup do varejo pelo ranking *100openstartups* e foi indicada como a segunda melhor startup para se investir pela *Boosting Accelerator*, teve acesso a mentoria com grandes nomes do empreendedorismo do país, fortalecendo sua rede de contatos.

Atualmente, a *startup* está em fase de expansão e está na busca por recursos financeiros por meio de rodadas de negócios.

A *startup* é considerada um caso de sucesso, o empreendedor já foi convidado para atuar como mentor para novos empreendedores, atua ativamente no ecossistema do qual faz parte, é um produtor de conteúdo e formador de opinião, além de ajudar as empresas juniores atuando como mentor para novos empreendedores.

Quadro 7- Identificação dos capitais do empreendedor E

Capital	Antes da fundação da startup	Fundação da startup	Depois da fundação da startup
Econômico	Classe baixa Ganhos por meio do trabalho	Investidores; Ganhos das <i>startups</i> que fundou anteriormente	Investidores
Cultural e Humano	Escola Pública; Graduação incompleta em universidade pública (prestígio)	Construção de conhecimento por meio de experiências anteriores com as fundações e a falência das <i>startups</i>	Graduação em Instituto Federal (médio prestígio); Participação em programas de incubação, mentorias e aceleração;
Social		Construção e manutenção de uma rede de contatos com clientes e investidores	Sólida rede de contatos com mentores renomados e que possuem prestígios na área do empreendedorismo
Simbólico		Experiência com as empresas anteriores	Reputação e Prestígio; Startup é considerada um caso de sucesso; Palestrante sobre empreendedorismo dentro do ecossistema; Títulos acadêmicos; A startup recebeu vários prêmios; Ele é um mentor e participa de eventos contando sobre sua trajetória;

Fonte: Elaborado pelos autores

5. Cross-case análise: Mobilização e Conversão de Capitais

Para compreender nosso objeto de estudo e a dinâmica dos capitais, nós optamos por dividir a análise das trajetórias dos empreendedores em três fases, usando a fundação da startup como uma referência: antes da fundação da startup, fundação da startup e após a fundação da startup, conforme quadro 7.

Quadro 7: Mobilização e Conversão de Capitais

	Antes da fundação da startup	Fundação da startup	Depois da fundação da startup
Mobilização	<p>Capital econômico: por meio da família, trabalho e bolsa de estudo (A,B,C e D)</p> <p>Capital cultural e humano: educação de elite, universidades de prestígio, experiência profissional e experiências anteriores com startups (A, B,C,D e E);</p> <p>Capital social: acesso a uma rede de contatos e relações sociais (B e D);</p> <p>Capital simbólico: títulos acadêmicos, experiência profissional, prêmios, prestígio e reputação (A, B, C, D e E);</p>	<p>Capital econômico: por meio da família, trabalho e bolsa de estudo (A,C e D);</p> <p>Capital cultural e humano: títulos acadêmicos em universidade de prestígio e programas de treinamento (A,C e D);</p> <p>Capital social através da construção de uma rede de contatos forte (A, B, C, D e E);</p> <p>Capital simbólico: títulos acadêmicos, experiência profissional, prêmios; prestígio e reputação (B, C e D);</p>	<p>Capital econômico: investidores, bolsa de estudos e agências de fomento (A, B,C,D e E);</p> <p>Capital cultural e humano: construção do conhecimento sobre empreendedorismo e gestão por meio da experiência como empreendedor (A, B, C, D e E);</p> <p>Capital social: forte rede de contatos profissionais (B, C, D e E);</p> <p>Capital simbólico: títulos acadêmicos, experiência profissional, prêmios; prestígio e reputação (A, B,C,D e E);</p>

Conversão	Capital econômico em capital cultural: educação de elite e universidades de prestígio (A, B, e E);	Capital cultural em capital econômico: prêmios, ganhos com a profissão, recursos de agência de fomento (A, B, C e D);	Capital social em capital econômico: acesso a investidores e recursos financeiros (A,B,C,D e E);
	Capital cultural e humano em capital econômico: prêmios e bolsas de estudo (A,B e D);	Capital cultural e humano em capital simbólico: títulos acadêmicos, experiência profissional, conhecimento (A,B,C,D e E)	Capital cultural e humano em capital simbólico: conhecimento, experiência profissional, background, prestígio e reputação, prêmios, patente (A,B,C,D e E); knowledge, professional experience; background, prestige and reputation; awards; patent (A,B,C,D and E)
	Capital cultural em capital social: acesso a rede de contatos (B e D);	Capital cultural em capital social: acesso a redes de contatos (B, C e D);	Capital social em capital simbólico: acesso a rede de mentores com reputação e prestígio (E);
	Capital cultural em capital simbólico: títulos acadêmicos, experiência profissional, prêmios, reputação e prestígio (A,B,C e D);	Capital social em capital cultural: localização da startup (A,C,D e E);	

Fonte: Elaborado pelos autores

Na sequência iremos apresentar de forma mais detalhada como o processo de mobilização e conversão de capitais ocorre em cada fase da trajetória dos empreendedores.

5.1 Antes da fundação da startup: mobilização e conversão de capitais

O **capital econômico** se manifesta na primeira fase da trajetória dos empreendedores pela família. Podemos notar a conversão desse capital em capital cultural. Por exemplo, o grupo dos empreendedores que têm uma origem familiar de classe média, estudaram em colégios particulares e os pais possuem ensino superior, já os empreendedores que tem uma origem familiar de classe baixa, seus pais não possuem ensino superior e seus estudos foram realizados em escolas públicas, como apresentado em estudos anteriores, como Bourdieu (1986), Bourdieu e Passeron (2018), Coleman (1988) e Çakmak *et. al.*, (2018), que exploram como o nível de escolaridade dos pais influencia o nível de escolaridade dos filhos

Num segundo momento, o capital cultural mobilizado nos primeiros anos da vida escolar reflete no acesso a universidades, aqueles que tiveram seus estudos em escolas

particulares conseguiram sem muita dificuldade uma vaga em uma universidade de prestígio. Por outro lado, os empreendedores que não tiveram acesso a esse tipo de ensino, ou tiveram dificuldade de conseguir uma vaga ou optaram por realizar os estudos em uma universidade sem prestígio. Esses resultados estão de acordo com os trabalhos de Bourdieu (1986; 2007), Bourdieu e Passeron (2018), Coleman (1988) e Çakmak *et. al.*, (2018).

Aqui vale um destaque, a empreendedora C, que durante toda entrevista não cita o nome da universidade da graduação, mas cita a todo momento o nome da universidade onde fez seu mestrado, considerada uma universidade de prestígio:

“A partir da troca de experiência conheci o que era a UFSCar, os professores me trouxeram para visitar o Campus e entrei em contato com os professores e soube das pesquisas e resolvi fazer mestrado” (EMPREENDEDORA C).

Nessa fase os empreendedores estão construindo suas carreiras profissionais e acadêmicas. Alguns deles ingressaram ou concluíram seus estudos na pós-graduação, outros entraram no mercado de trabalho e começaram a exercer sua profissão ou até mesmo empreenderam. A partir dessas atividades podemos notar a mobilização do **capital cultural** e do **capital humano** bem como sua conversão em **capital simbólico**, através dos títulos acadêmicos, prêmios e experiência, além do capital social, pela construção de uma rede de contatos, que corrobora com os estudos de Bourdieu (1986), Anderson e Miller (2003), Davidsson e Honig (2003), De Clercq e Voronov (2009), Svendsen *et. al.*, (2010) e Pret *et al.*, (2016)

O capital econômico em relação a *startup* se manifesta como um capital inicial que foi obtido através da conversão de capital cultural e até mesmo simbólico, por exemplo no caso do empreendedor A, que usou seu capital cultural para participar do concurso, sua proposta foi a vencedora, se convertendo em capital econômico, e isso o possibilitou se tornar empreendedor:

“Só comecei a empreender na verdade por que eu passei nesse concurso (...) Esse concurso me possibilitou a fazer coisas na área em que eu sou bom (...) Se eu não tivesse passado nesse edital provavelmente estaria trabalhando numa grande empresa”(EMPREENDEDOR A).

Semelhante ao caso anterior, para a empreendedora B, o capital econômico que foi mobilizado ao longo de sua trajetória, possibilitou a entrada como sócia na startup:

“Em 2015 quando comprei a cota era uma empresa que não tinha nem a loja, os meninos foram me vender a impressora e eu não queria nem comprar, ai eu falei você tem uma cota da firma, eles disseram que sim, então falei na próxima semana passa aqui que vou te dar o dinheiro, foi um negócio assim” (EMPREENDEDORA B).

O período que antecede a fundação da *startup* é marcado pela mobilização de capitais, com destaque para o capital cultural, em que os empreendedores estão construindo seus conhecimentos. Além disso, podemos perceber que quanto mais avançado é o estágio profissional do empreendedor, maiores são seus capitais culturais e sociais, que refletem na conversão em capital simbólico e capital humano (DAVIDSSON; HONIG, 2003; DE CLERCQ; VORONOV, 2009; PRET *et al.*, 2016).

5.2 Fundação da startup: mobilização e conversão de capitais

Os empreendedores consideram que a formação acadêmica, ou seja, o capital cultural, apesar de não contribuir diretamente com a parte da gestão ou mesmo com o incentivo ao empreendedorismo, é fundamental para garantir o acesso ao conhecimento técnico:

“Resolvi buscar a pós-graduação porque eu decidi empreender e não tinha conhecimentos em profundidade em tecnologia, então queria ter esse tipo de conhecimento para ter autoridade no que estou fazendo (...) A formação acadêmica ajuda porque dá substância, a grande vantagem tanto da graduação quanto do mestrado é a capacidade de dar uma solução robusta, a gente vê muita coisa que é superficial” (EMPREENDEDOR A).

Isso fica evidente na trajetória acadêmica dos empreendedores, já que dos 5 entrevistados 4 deles possuem pós-graduação em universidades de prestígio e na área de atuação da startup.

“Eu estava na universidade e já tinha em mente que queria fazer um mestrado aplicado, resolvendo um problema da sociedade” (Empreendedora C).

É no estágio da fundação da startup que o processo de conversão dos capitais dos empreendedores acontece de forma mais acentuada, podemos perceber que o capital econômico se converte em capital social, por meio de redes de contato, e capital cultural, pelo conhecimento necessário para iniciar a startup (Bourdieu, 1986; 2007; DAVIDSSON; HONIG, 2003; DE CLERCQ; VORONOV, 2009, PRET *et al.*, 20016).

Aqui destacamos o caso do empreendedor E, que podemos considerar como o caso mais distante dos outros, já que não teve acesso ao capital econômico e cultural ligados a legitimação, porém consideramos aqui um caso de agência, movido pelo acúmulo de experiência profissional, relacionado então a mobilização de capital humano. Essa observação corrobora com os trabalhos de Anderson e Miller (2003), Rauch *et al.*, (2005), Bhagavatula *et al.*, (2010) e Pret *et al.*, (2016).

Pudemos observar a existência de empreendedores dentro da família de alguns dos entrevistados, como no caso dos empreendedores A e B, tal fato pode ser uma influência para as próximas gerações, como apontado por Baghel e Parthasarathy (2019)

A escolha da localização da *startup*, demonstra uma preocupação dos empreendedores com o capital social e com as redes que podem ser criadas, uma vez que 4 delas estão instaladas em *coworking*, Segundo Lounsbury e Glynn (2001), Anderson e Miller (2003) e Light e Dana (2013) as redes sociais facilitam o acesso a diversos recursos.

“Objetivo estar num lugar aonde os principais empreendedores da cidade estavam para adquirir experiência e crescer perto dessa galera, fez bastante diferença porque a gente ganhou bastante visibilidade” (EMPREENDEDOR E).

O capital cultural também ganha destaque nessa etapa, pois é por meio dele que os empreendedores conseguem explorar uma oportunidade e transformar em negócio (ANDERSON; MILLER, 2003; DAVIDSSON; HONIG 2003; VENKTARAMAN, 1997), uma vez que as áreas de atuação das *startups* são voltadas a tecnologia e exige um alto conhecimento.

É ainda nesse estágio que os empreendedores se valem de todos os capitais acumulados ao longo de suas trajetórias para empreender (DAVIDSSON; HONIG 2003), seja por meio dos conhecimentos adquiridos, das experiências anteriores ou pelo acesso a suas redes de contato, como o caso do empreendedor E:

“As outras empresas não tiveram sucesso e foi a partir dessas experiências que comecei a levantar informações e montei a startup a partir das dores que senti nos outros projetos”.

Vale destacar que a trajetória profissional exerce alguma influência em como os empreendedores pensam seu negócio, no caso das empreendedoras B e D, que já possuíam uma trajetória profissional e acadêmica consolidadas antes de empreender, suas experiências anteriores possibilitaram uma visão mais ampla e crítica da área de negócio

que atuam, e a experiência acadêmica contribui para compreender as regras para busca por recursos em agência de fomento, que é a principal fonte de recursos das *startups* C e D (BHAGAVATULA *et al.*, 2010; ÇAKMAK *et. al*, 2018; RAUCH *et al.*, 2005).

5.3 Após a fundação da startup: mobilização e conversão de capitais

No atual estágio atual o capital econômico é um recurso que ajuda na expansão, mas sua acumulação não é mais um objetivo:

“O dinheiro não é objetivo, quando eu comprei a startup era, mas agora deixou de ser, passou a ser uma ideologia, porque a gente tá agora surfando alto com coisas que as pessoas não sabem como fazer” (Empreendedora B).

Os empreendedores entendem a importância das redes de contato e do capital social para acessar esse recurso (ÇAKMAK *et. al*, 2018; PRET *et al.*, 2016):

“Uma grande falácia, é a questão do livre mercado, de que vai buscar as melhores oportunidades para investir, na verdade você tem que desenvolver esse capital social para que o dinheiro chegue até você, a oportunidade, você tem que dançar a música conforme ela toca” (Empreendedor A).

Logo, o capital social pode ser convertido em capital econômico por meio das redes de contato, que possibilita acesso a investidores por exemplo (BOURDIEU, 1986; PRET *et. al.*,2015).

Podemos perceber que no terceiro estágio, pós-fundação da startup, há um processo de conversão do capital cultural que foi acumulado ao longo de suas trajetórias em capital simbólico, uma vez que os empreendedores passam a ocupar um papel de referência (BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; BOURDIEU;1986; PRET *et al.*, 2016) na forma de empreender, suas experiências passam a ser compartilhadas e até mesmo institucionalizadas:

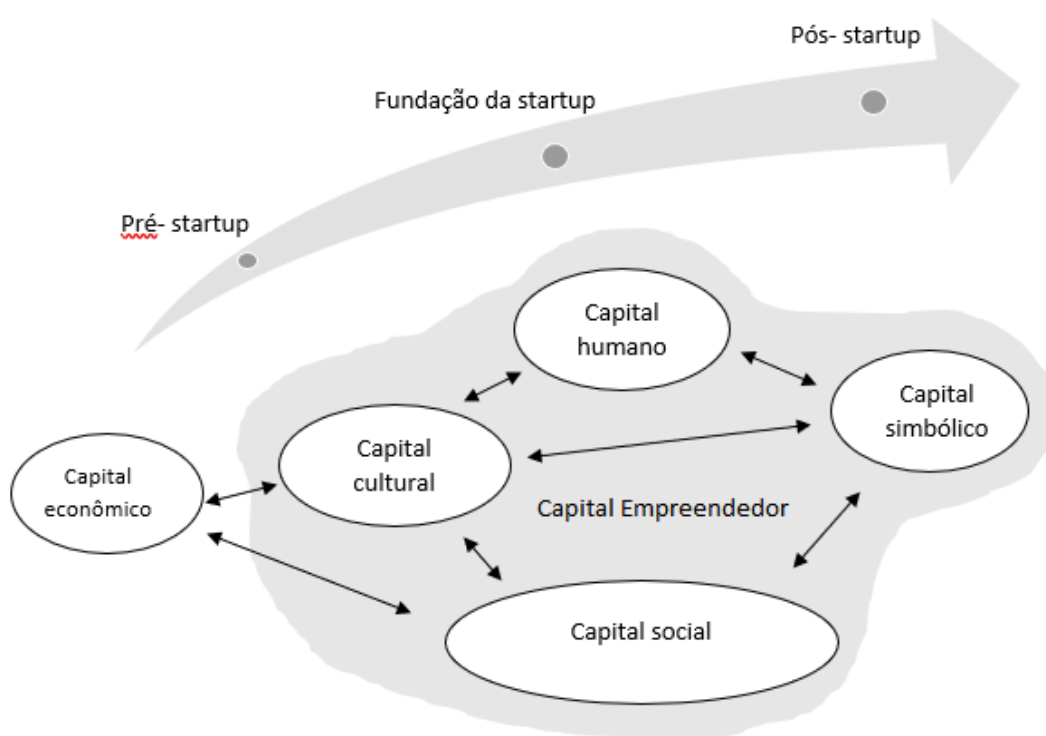
“Nós estamos dominando uma área que muita gente nem sabe do que se trata, tem aulas todo mês, temos eventos, em agosto vou ficar todo o tempo fora em eventos e aulas” (Empreendedora B).

Esse capital simbólico se manifesta pelos prêmios que as *startups* ganham, pelo reconhecimento dos empreendedores como casos de sucesso, pela reputação e prestígio dos empreendedores, e por fim, pela legitimação desses atores como empreendedores de *startups*.

5.4 Processo de Circularidade de Capitais e o Capital Empreendedor

Ao longo de nosso estudo, ficou evidente que o processo de mobilização, acumulação e conversão de capital não é linear, mas se desenvolve de forma dinâmica, a todo momento um capital se converte em outro e pode passar até mesmo a ser reconvertido, reconhecendo esse processo, nós o nomeamos de *circularidade dos capitais*, conforme apresentado na Figura 1:

Figura 1. Processo de Circularidade de Capitais



Fonte: Elaborada pelos autores

Podemos observar que, embora categoricamente distintas, as manifestações dos capitais foram essencialmente construídas a partir de um processo social, o que corrobora com a perspectiva de que o empreendedor é um ator social, inserido em um contexto que o influencia de forma direta (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019). Os casos estudados revelam que o grupo estudado de empreendedores, fundadores de *startups*, ocupam uma posição privilegiada dentro do espaço social (BOURDIEU, 1989; BASOV, 2019), que contribuem diretamente para a fundação e o desenvolvimento de seus negócios.

Os capitais são então ativos sociais, em cada uma das fases observadas uma categoria diferente de capital se destaca e todos eles são importantes para que o indivíduo se torne empreendedor (STRINGFELLOW; SHAW,2009). De fato, nossa análise demonstrou que, ao mobilizar e converter esses ativos sociais, ou seja, os capitais, os atores dão origem a um novo capital: *capital empreendedor*.

6. Considerações finais

A nossa pesquisa se propôs ampliar a discussão acerca dos fatores que influenciam o empreendedorismo, para além da perspectiva do *mainstream* econômico, que compreende o empreendedor como um maximizador de recursos (COSTA; SARAIVA 2012; OGBOR, 2000; YESSOUFOU *et al.*, 2019). Compreendemos o empreendedorismo como um processo de mudança promulgado partir de um contexto econômico e social, em que os atores ocupam posições de acordo com seus capitais (ANDERSON, 2015; DE CLERCQ; VORONOV, 2009; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019),

Nosso principal objetivo foi analisar a mobilização, conversão e circularidade de capital ao longo da trajetória dos empreendedores de *startups* de tecnologia, além disso buscamos analisar a importância desses capitais para a fundação e desenvolvimento de startups e compreender como o espaço social em que estão inseridos facilita o acesso a esses capitais. Optamos por realizar 5 estudos de caso com empreendedores de startup no Brasil, utilizando uma abordagem qualitativa com método de análise interpretativista. A partir desse estudo, conseguimos identificar as quatro categorias de capitais indicadas por Bourdieu (1986): econômico, cultural, social e simbólico, além do capital humano (Coleman, 1988), esse último se manifesta pela agência dos atores.

No sentido de responder a nossa pergunta de pesquisa, dividimos a análise em três estágios na trajetória dos empreendedores: i) *antes da fundação da startup*; ii) *fundação da startup* e iii) *após a fundação da startup*. Em cada uma dessas etapas um tipo de capital se destaca, na primeira fase o capital que mais se destacou foi o capital econômico e a sua possibilidade de ser convertido em capital cultural. Aqui podemos observar que a origem social tem grande relevância para acesso a esses capitais.

Os empreendedores de origem de classe social média e alta, possuem uma trajetória acadêmica em escolas de elite e universidades de prestígio e alcançaram altos

níveis educacionais. Além disso, esses atores antes de empreender possuíam bons empregos, o que lhes garantiu acúmulo de experiência e ganhos elevados, são pessoas com alto capital cultural e esse capital foi base para reconhecimento e exploração de oportunidades. Um contraponto, é o caso do empreendedor E, como um caso de manifestação de agência através do capital humano, uma vez que sua trajetória difere dos demais, seu conhecimento é um agregado de suas experiências profissionais anteriores bem como do incentivo familiar, é o empreendedor que possui um nível de escolaridade menor.

O contexto de origem influencia, mas não é somente ele. Podemos dizer que o capital humano e o capital social são formas de superar a barreira da falta de capital econômico e até mesmo de capital cultural, é quando o ator tem uma possibilidade de agência. Porém, no caso das *startups* de tecnologia o conhecimento, independente da origem, é uma variável que não possui um substituto, ele é primordial para esse tipo de empresa, quanto maior o nível de escolaridade em áreas técnicas maior a possibilidade de empreender nessa área, observando que todos os empreendedores entrevistados possuem ao menos nível superior e todos apontam para a necessidade da busca de conhecimento.

O capital social mobilizado por meio da construção de redes sociais é uma forma de mobilizar recursos, principalmente recursos financeiros e conhecimento. No segundo momento, podemos observar a importância do capital social e do capital cultural, já que são capitais utilizados para mobilizar recursos e são base de conhecimento para as atividades da startup.

Já no estágio atual, os empreendedores possuem um alto capital simbólico, que resulta da conversão de seus outros capitais, como o capital cultural, humano e social, através de suas experiências e trajetórias, são reconhecidos por outros empreendedores como casos de sucesso, garantindo posição de legitimidade e prestígio. Logo, o processo empreendedor é profundamente influenciado pelo contexto social e pelos capitais que os empreendedores conseguem mobilizar e converter.

Esse estudo contribui teoricamente propondo uma alternativa de compreensão de quem é o empreendedor, através de seus capitais e o empreendedorismo como um processo social. Além disso foi possível observar a influência de cada capital e que em conjunto, dão origem ao capital empreendedor, quanto maior for o acesso desse capital, acreditamos que maiores são as chances de um indivíduo se tornar empreendedor de startup, ainda

podemos observar a importância da origem social e do espaço social onde esses atores estão inseridos

No campo empírico, mostramos como a posição social pode ser usada para promover o empreendedorismo como prática. Assim, expandimos a visão estreita do empreendedorismo como um fenômeno econômico. Mostramos como é socialmente habilitado, mas com resultados econômicos.

Além disso, o que chamamos de capital empreendedor, demonstra que o processo de se tornar empreendedor passa pela circularidade de capitais, que garante ao ator acesso a todos os tipos de capital, ainda pudemos notar que o capital cultural funciona como base para o desenvolvimento das *startups*, que ao longo do tempo se torna capital simbólico, garantindo a esses atores uma posição privilegiada no espaço social, ou seja, reprodução do espaço.

Nosso estudo apresenta como limitações a amostra, pois optamos por conhecer em profundidade nossos casos, o que inviabiliza uma generalização do estudo. Propomos aqui uma reflexão de trabalhos futuros de como podemos utilizar essas informações e possibilitar o acesso a esse tipo de capital a mais indivíduos, como por exemplo por meio de políticas públicas, tanto em áreas sociais como em áreas educacionais, dando a esses indivíduos a oportunidade de escolher empreender.

Referências

ACS, Z.J.; AUDRETSCH, D.B. **Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction**. 2 ed. Springer Science & Business Media, 2010.

ACS, Z.L; SZERB, L. Entrepreneurship, economic growth and public policy. **Small Business Economics**, v. 28, p. 109-122, 2007. DOI: [10.1007/s11187-006-9012-3](https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3).

ALDRICH, H.E. **Entrepreneurship**. In: N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, p. 451-477. Princeton University Press, 2005.

ANDERSON, A.R.; MILLER, C.J. “Class matters”: Human and social capital in the entrepreneurial process. **The Journal of Socio-Economics**, v. 32, p. 17-36, 2003. DOI: [10.1016/S1053-5357\(03\)00009-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00009-X).

ANDERSON, A.R. Conceptualising entrepreneurship as economic ‘explanation’ and the consequent loss of “understanding”. **International Journal of Business and Globalisation**, v. 14, nº. 2, p.145–157, 2015. DOI: [10.1504/IJBG.2015.067432](https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.067432).

ANDERSON, A. **The economic reification of entrepreneurship: re-engaging with the social.** In: A. Fayolle, & Riot, P. (Eds.) *Rethinking entrepreneurship: debating research orientations*, p. 44-56. Abingdon: Routledge, 2015.

ANDERSON, A.R.; RONTEAU, S. Towards an entrepreneurial theory of practice; emerging ideas for emerging economies. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 9, n°. 2, p. 110-120, 2017. DOI: [10.1108/JEEE-12-2016-0054](https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2016-0054).

ANDERSSON, T.; CARLSEN, J.; GETZ, D. Family business goals in the tourism and hospitality sector: Case studies and cross-case analysis from Australia, Canada, and Sweden. **Family Business Review**, v. 15, n°. 2, p. 89-106, 2002. DOI: [10.1111/j.1741-6248.2002.00089.x](https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2002.00089.x).

BAGHEL, D.; PARTHASARATHY, D. Knowledge Generation for Innovation in Ayurvedic Cosmetics MSMEs: Investigating Entrepreneur's Cultural and Symbolic Capital. **Science, Technology and Society**, v. 24, n°. 1, p. 101–121, 2019. DOI: [10.1177/0971721818821795](https://doi.org/10.1177/0971721818821795).

BASOV, N. The ambivalence of cultural homophily: Field positions, semantic similarities, and social network ties in creative collectives. **Poetics**, v. 78, 101353, 2019. DOI: [10.1016/j.poetic.2019.02.004](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.02.004).

BAUMOL, W. **The Microtheory of Innovative Entrepreneurship.** Princeton University Press, 2010.

BHAGAVATULA, S., *et al.* How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n°. 3, p. 245-260, 2010. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2008.10.006](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.006).

BISIGNANO, A.P.; EL-ANIS, I. Making sense of mixed-embeddedness in migrant informal enterprising: the role of community and capital. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25, n°. 5, p. 974-995, 2019. DOI: [10.1108/IJEER-03-2018-0114](https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0114).

BOURDIEU, P. **The forms of capital.** In: J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, p. 241-258. Greenwood Ln, 1986.

BOURDIEU, P. Social space and symbolic power. **Sociological Theory**, v. 7, n°. 1, p. 14-25, 1989. DOI: [10.2307/202060](https://doi.org/10.2307/202060).

BOURDIEU, P. **The social structures of the economy.** Polity, 2005.

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L.J.D. **An invitation to reflexive sociology.** University of Chicago Press, 1992.

BRAIDFORD, P.; DRUMMOND, I.; STONE, I. The impact of personal attitudes on the growth ambitions of small business owners. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 24, n°. 4, p. 850-862, 2017. DOI: [10.1108/JSBED-02-2017-0035](https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0035).

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organisational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life**. Heinemann, 1979.

BYRNE, D.; RAGIN, C.C. **The Sage handbook of case-based methods**. Sage Publications, 2009.

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; McCABE, S. Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. **Annals of Tourism Research**, v. 72, p. 37-47, 2018. DOI: [10.1016/j.annals.2018.06.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.003).

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; SELWYN, T. Informal tourism entrepreneurs' capital usage and conversion. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n° 18, p. 2250-2265, 2019. DOI: [10.1080/13683500.2018.1448763](https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448763).

CALHOUN, C. 'Belonging' in the cosmopolitan imaginary. **Ethnicities**, v. 3, n° 4, p. 531-553, 2003. DOI: [10.1177/1468796803003004005](https://doi.org/10.1177/1468796803003004005).

CLOUGH, D.R., *et al.* Turning lead into gold: How do Entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? **Academy of Management Annals**, v. 13, n° 1, p. 240-271, 2019. DOI: [10.5465/annals.2016.0132](https://doi.org/10.5465/annals.2016.0132).

COLBARI, A.L.A. Retórica do Empreendedorismo e a Formação para o Trabalho na Sociedade Brasileira. **Revista Sinais**, v. 1, n° 1, 2007. DOI: [10.25067/s.v1i01.2681](https://doi.org/10.25067/s.v1i01.2681).

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94 (S95-S120), 1988. DOI: [10.1086/228943](https://doi.org/10.1086/228943).

COPE, J. Researching entrepreneurship through phenomenological inquiry: Philosophical and methodological issues. **International Small Business Journal**, v. 23, n° 2, p. 163-189, 2005. DOI: [10.1177/0266242605050511](https://doi.org/10.1177/0266242605050511).

COPE, J. Entrepreneurial Learning from Failure: An Interpretative Phenomenological Analysis. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n° 6, p. 604-623, 2011. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2010.06.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.06.002).

COSTA, A.D.S.M.; SARAIVA, S.L.A. Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. **Organization**, v. 19, n° 5, p. 587-614, 2012. DOI: [10.1177/1350508412448696](https://doi.org/10.1177/1350508412448696).

DAHLSTRAND, A.L.; STEVENSON, L. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. **Annals of Innovation & Entrepreneurship**, v. 1, n° 1, p. 5602, 2010. DOI: [10.3402/aie.v1i1.5845](https://doi.org/10.3402/aie.v1i1.5845).

DALMARCO, G.; HULSINK, W.; BLOIS, G.V. Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 135, p. 99-111, 2018. DOI: [10.1016/j.techfore.2018.04.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.015).

DAVIDSSON, P.; HONIG, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n°. 3, p. 301-331, 2003. DOI: [10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6).

DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 25, n°. 4, p. 81–100, 2001. DOI: [10.1177/104225870102500406](https://doi.org/10.1177/104225870102500406).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. Toward a practice perspective of entrepreneurship: Entrepreneurial legitimacy as habitus. **International Small Business Journal**, v. 27, n°. 4, p. 395-419, 2009. DOI: [10.1177/0266242609334971](https://doi.org/10.1177/0266242609334971).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. The role of domination in newcomers' legitimation as entrepreneurs. **Organization**, v. 16, n°. 6, p. 799-827, 2009. DOI: [10.1177/1350508409337580](https://doi.org/10.1177/1350508409337580).

DRAKOPOULOU-DODD, S.; ANDERSON, A.R. Mumpsimus and the mything of the individualistic entrepreneur. **International Small Business Journal**, v. 25, n°. 4, p. 341-360, 2007. DOI: [10.1177/0266242607078561](https://doi.org/10.1177/0266242607078561).

DRAKOPOULOU-DODD, S., *et al.* A Bourdieu an analysis of qualitative authorship in entrepreneurship scholarship. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n°. 4, p. 633-654, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12125](https://doi.org/10.1111/jsbm.12125).

DRAKOPOULOU-DODD, S.; PRET, T.; SHAW, E. **Advancing understanding of entrepreneurial embeddedness: forms of capital, social contexts and time.** In: F. Welter & W. B. Gartner (Eds), *A Research Agenda for Entrepreneurship and Context*, p. 120–133. Edward Elgar Publishing, 2016.

DVOULETÝ, O. Can policy makers count with positive impact of entrepreneurship on economic development of the Czech regions? **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 9, n°. 3, 2017. DOI: [10.1108/JEEE-11-2016-0052](https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0052).

EISENHARDT, K.M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, v. 14, n°. 4, p. 532-550, 1989. DOI: [10.5465/amr.1989.4308385](https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385).

ELORZ, K.S. **Las empresas de base tecnológica: motor de futuro en la economía del conocimiento.** In: K. S. Elorz (Ed), *La creación de empresas de base tecnológica: una experiencia práctica*, p. 11-18. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN), 2013.

FERREIRA, M.P.; REIS, N.R.; MIRANDA, R. Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 5, n°. 1, p. 1-22, 2015. DOI: [10.1186/s40497-015-0035-6](https://doi.org/10.1186/s40497-015-0035-6).

FORSON, C., *et al.* **Multi-level approaches to entrepreneurship and small business research-transcending dichotomies with Bourdieu.** In: E. Chell & M. Karataş-Özkan

(Eds), Handbook of research on small business and entrepreneurship, p. 54–69. Edward Elgar Publishing, 2014.

FULLER, T.; TIAN, Y. Social and symbolic capital and responsible entrepreneurship: an empirical investigation of SME narratives. **Journal of Business Ethics**, v. 67, n°. 3, p. 287-304, 2006. DOI: [10.1007/s10551-006-9185-3](https://doi.org/10.1007/s10551-006-9185-3).

GARTNER, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n°. 4, p. 696–706, 1985. DOI: [10.2307/258039](https://doi.org/10.2307/258039).

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Monitor Global Entrepreneurship 2019/2020**. UK, 2020.

GERGS, H.J. Economic, social, and symbolic capital: new aspects for the development of a sociological theory of the market. **International Studies of Management & Organization**, v. 33, n°. 2, p. 22-48, 2003. DOI: [10.1080/00208825.2003.11043680](https://doi.org/10.1080/00208825.2003.11043680).

GIMMON, E.; LEVIE, J. Founder's human capital, external investment, and the survival of new high-technology ventures. **Research Policy**, v. 39, n°. 9, p. 1214-1226, 2010. DOI: [10.1016/j.respol.2010.05.017](https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.05.017).

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n°. 3, p. 481-510, 1985.

GUERRERO, M.; URBANO, D. The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 294-309, 2017. DOI: [10.1016/j.techfore.2016.06.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.015).

HÉBERT, R.F.; LINK, A. Historical Perspectives on the Entrepreneur. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 2, n°. 4, p. 261-408, 2010. DOI: [10.1561/03000000008](https://doi.org/10.1561/03000000008).

HOWORTH, C.; TEMPEST, S.; COUPLAND, C. Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 12, n°. 1, p. 24-40, 2005. DOI: [10.1108/14626000510579626](https://doi.org/10.1108/14626000510579626).

INTERNATIONAL MONETARY FUND. (n.d.). **Real GDP growth: Annual percent change - Brazil**. Disponível em: https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/BRA?year=2021. Acesso em: 23 set. 2021.

JOHNSEN, C.G.; SØRENSEN, B.M. Traversing the fantasy of the heroic entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n°. 2, p. 228-244, 2016. DOI: [10.1108/IJEBR-01-2016-0032](https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2016-0032).

KARATAŞ-ÖZKAN, M. Understanding relational qualities of entrepreneurial learning: towards a multi-layered approach. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n° 9-10, p. 877-906, 2011. DOI: [10.1080/08985626.2011.577817](https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577817).

KISLOV, R.; HYDE, P.; MCDONALD, R. New game, old rules? Mechanisms and consequences of legitimation in boundary spanning activities. **Organization Studies**, v. 38, n° 10, p. 1421-1444, 2017. DOI: [10.1177/0170840616679455](https://doi.org/10.1177/0170840616679455).

KIRZNER, I.M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n° 1, p. 60–85, 1997.

KORSGAARD, S.; ANDERSON, A. Enacting entrepreneurship as social value creation. **International Small Business Journal**, v. 29, n° 2, p. 135-151, 2011. DOI: [10.1177/0266242610391936](https://doi.org/10.1177/0266242610391936).

LASSO, S.; MAINARDES, E.; MOTOKI, F. Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n° 1, p. 233-255, 2019. DOI: [10.1007/s11365-017-0445-8](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0445-8).

LIGHT, I.; DANA, L.P. Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 37, n° 3, p. 603–624, 2013. DOI: [10.1111/etap.12016](https://doi.org/10.1111/etap.12016).

LIN, N. Social networks and status attainment. **Annual Review of Sociology**, v. 25, n° 1, p. 467-487, 1999.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M.A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n° 6-7, p. 545-564, 2001. DOI: [10.1002/smj.188](https://doi.org/10.1002/smj.188).

LOUNSBURY, M.; GEHMAN, J.; ANN GLYNN, M. Beyond *Homo Entrepreneurus*: Judgment and the Theory of Cultural Entrepreneurship. **Journal of Management Studies**, v. 56, n° 6, p. 1214-1236, 2019. DOI: [10.1111/joms.12429](https://doi.org/10.1111/joms.12429).

MARCH-CHORDA, I. Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 4, n° 2-3, p. 228-247, 2004. DOI: [10.1504/IJEIM.2004.004758](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2004.004758).

MCCLELLAND, D.C. **The Achievement Motive in Economic Growth**. In: P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and Economic Development*, p. 108-122. The Free Press, 1971.

NICHOLSON, L.; ANDERSON, A.R. News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense–Making and Sense–Giving. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n° 2, p. 153–172, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x).

OGBOR, J.O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n°. 5, p. 605-635, 2000. DOI: [10.1111/1467-6486.00196](https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196).

OMRI, A. Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. **Journal of Business Research**, v. 108, p. 277-290, 2020. DOI: [10.1016/j.jbusres.2019.11.027](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027).

ONYX, J.; LEONARD, R. The conversion of social capital into community development: an intervention in Australia's outback. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 34, n°. 2, p. 381-397, 2010. DOI: [10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x).

ÖZBILGIN, M.; TATLI, A. Book review essay: Understanding Bourdieu's contribution to organization and management studies. **Academy of Management Review**, v. 30, n°. 4, p. 855-869, 2005. DOI: [10.5465/amr.2005.18378882](https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378882).

PAGANO, A.; PETRUCCI, F.; BOCCONCELLI, R. A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. **Journal of Business Research**, v. 92, p. 455-464, 2018. DOI: [10.1016/j.jbusres.2018.07.012](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.012).

PACKARD, Mark D. Where did interpretivism go in the theory of entrepreneurship?. **Journal of Business Venturing**, v. 32, n. 5, p. 536-549, 2017.

PETTIGREW, A.M. Longitudinal field research on change: Theory and practice. **Organization Science**, v. 1, n°. 3, p. 267-292, 1990.

PRET, T.; SHAW, E.; DRAKOPOULOU-DODD, S. Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. **International Small Business Journal**, v. 34, n°. 8, p. 1004-1027, 2016. DOI: [10.1177/0266242615595450](https://doi.org/10.1177/0266242615595450).

RAUCH, A.; FRESE, M.; UTSCH, A. Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n°. 6, p. 681-698, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x).

REID, S. The generative principles of lifestyle enterprising: dialectic entanglements of capital-habitus-field. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 27, n°. 3, p. 629-647, 2020. DOI: [10.1108/IJEER-10-2018-0688](https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2018-0688).

ROUNDY, P.T.; BAYER, M.A. To bridge or buffer? A resource dependence theory of nascent entrepreneurial ecosystems. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 11, n°. 4, p. 550-575, 2019. DOI: [10.1108/JEEE-06-2018-0064](https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2018-0064).

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press, 1934.

SCOTT, M. Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. **Poetics**, v. 40, n° 3, p. 237-255, 2012. DOI: [10.1016/j.poetic.2012.03.002](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002).

SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 11, n° 1, p. 42-57, 2005. DOI: [10.1108/13552550510580834](https://doi.org/10.1108/13552550510580834).

SENGUPTA, S.; SAHAY, A.; CROCE, F. Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, n° 4, p. 771-803, 2018. DOI: [10.1108/SAJGBR-12-2014-0098](https://doi.org/10.1108/SAJGBR-12-2014-0098).

SEXTON, D.L.; SMILOR, R.W. **Entrepreneurship 2000**. Upstart Publishing Company, 1997.

SOLHI, S.; KOSHKAKI, E.R. The antecedents of entrepreneurial innovative behavior in developing countries, a networked grounded theory approach (case study Iran). **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 8, n° 2, p. 225-262, 2016. DOI: [10.1108/JEEE-07-2015-0038](https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2015-0038).

STAKE, R.E. **The Art of Case Study Research**. Sage, 1995.

STARTUP GENOME. **Global Startup Ecosystem Report 2020: Succeeding in the new era of technology**. UK, 2020.

STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 16, n° 3, p. 179-196, 2004. DOI: [10.1080/0898562042000197135](https://doi.org/10.1080/0898562042000197135)

STEYAERT, C. **After'context**. In: F. Welter & W. B. Gartner (Eds), *A Research Agenda for Entrepreneurship and Context*, p. 28–40. Edward Elgar Publishing, 2016.

STRINGFELLOW, L.; SHAW, E. Conceptualising entrepreneurial capital for a study of performance in small professional service firms. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 15, n° 5, 2009. DOI: doi.org/10.1108/13552550910944557

SVENDSEN, G.L.H.; KJELDSEN, C.; NOE, E. How do private entrepreneurs transform local social capital into economic capital? Four case studies from rural Denmark. **The Journal of Socio-Economics**, v. 39, n° 6, p. 631-644, 2010. DOI: [10.1016/j.socec.2010.06.012](https://doi.org/10.1016/j.socec.2010.06.012).

TATLI, A., *et al.* A Bourdieuan relational perspective for entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n° 4, p. 615-632, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12122](https://doi.org/10.1111/jsbm.12122).

THOMAS, A.; PASSARO, R.; QUINTO, I. **Developing Entrepreneurship in Digital Economy**: The Ecosystem Strategy for Startups Growth. In: B. Orlando (Ed). *Strategy and Behaviors in the Digital Economy*, p. 89-106. IntechOpen, 2019.

TORNIKOSKI, E.T.; RANNIKKO, H.; HEIMONEN, T.P. Technology-based competitive advantages of young entrepreneurial firms: Conceptual development and empirical exploration. **Journal of Small Business Management**, v. 55, n°. 2, p. 200-215, 2017. DOI: [10.1111/jsbm.12315](https://doi.org/10.1111/jsbm.12315).

TRIMI, S.; BERBEGAL-MIRABENT, J. Business model innovation in entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n°. 4, p. 449-465, 2012. DOI: [10.1007/s11365-012-0234-3](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3).

VENKATARAMAN S. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. In: Katz J. et Brockhaus R. (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* (pp. 119-138). JAI Press, 1997.

VENKATARAMAN, S. Regional transformation through technological entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 19, n°. 1, p. 153-167, 2004. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2003.04.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.04.001).

WELTER, F. Contextualizing entrepreneurship - conceptual challenges and ways forward. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n°. 1, p. 165-184, 2011. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x).

WRIGHT, M., *et al.* The role of human capital in technological entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n°. 6, p. 791-806, 2007. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2007.00203.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00203.x).

YESSOUFOU, A.W.; BLOK, V.; OMTA, S.W.F. The process of entrepreneurial action at the base of the pyramid in developing countries: a case of vegetable farmers in Benin. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 30, n°. 1-2, p. 1-28, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2017.1364788](https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1364788).

YIN, R.K. **Estudo de Caso**: Planejamento e Métodos. Bookman, 2001.

ZHONG, S. Artists and Shanghai's culture-led urban regeneration. **Cities**, v. 56, p. 165-171, 2015. DOI: [10.1016/j.cities.2015.09.002](https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.09.002).

Apêndice – Roteiro Entrevista Semi-estruturada

Bloco I – Dados Demográficos

1. Olá, você pode me informar seu nome?
2. Qual sua idade?
3. Com qual gênero e raça você se identifica?
4. O que você entende por empreendedorismo?
5. Alguém na sua família é ou foi empreendedor? Quem?
6. Qual era sua profissão antes de se tornar empreendedor?
7. Qual é nome da sua startup, qual a área de atuação e onde está localizada?* Você pode me falar um pouco da sua empresa?

Bloco II – Capital Econômico e Capital Cultural

8. Você pode contar um pouco da sua trajetória? O que te motivou a se tornar um empreendedor?
9. Você faz parte de alguma associação ou entidade promotora do empreendedorismo?
10. Sua empresa está ou esteve instalada em que tipo de lugar? (Ex. local próprio, incubadora, parque tecnológico, coworking, entre outros). Por que você escolheu esse tipo de instalação?
11. Você e sua empresa participaram de algum programa de incentivo ao empreendedorismo? (Ex. Aceleração, Incubação, Rodadas de Negócios, entre outros). 12. Você pode contar um pouco dessa experiência e por que você optou por esse programa?
13. Como você avalia o impacto dos programas de incentivo ao empreendedorismo nas startups?
14. Qual o tipo de capital investido na sua startup? Sua empresa já recebeu algum aporte financeiros? Qual o número de funcionários?
15. Você atua ou já atuou como mentor ou consultor para novos empreendedores?
16. Quais atributos você julga que sejam essenciais para um empreendedor de *startup* Participa de eventos, feiras, encontros de empreendedorismo? Quais?
17. Você já recebeu algum prêmio de reconhecimento ou homenagem pelo seu desempenho como empreendedor? Qual?
18. Quais experiências profissionais você considera que sejam relevantes para seu desenvolvimento como empreendedor?
19. Como você considera que eram seus conhecimentos sobre startups antes de iniciar o seu negócio? Isso afetou de alguma forma sua atividade?
20. Tem contato com outros empreendedores? Esse contato gera algum impacto para sua startup?
21. Participa de algum programa de mentoria? Como isso impacta na sua atividade
22. Você acha que participar de eventos, feiras e encontros de empreendedorismo gera um impacto positivo para sua empresa? Por que? Você já se beneficiou de forma direta?

Bloco III – Capital Cultural, Social e Simbólico

23. Você pode contar um pouco da sua trajetória acadêmica? Qual seu nível de escolaridade? Qual curso de graduação e qual universidade? Por que você escolheu esse curso e essa universidade?

24. Você obteve bolsa de estudos em alguma etapa de seus estudos? Que tipo de bolsa?
25. Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?
26. Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa ou auxílio acadêmico? Qual?
27. Você fez parte de alguma associação dentro da Universidade? Se sim, qual?
28. Você já fez algum tipo de intercâmbio? (Ex. Idiomas, Ciência sem Fronteiras, Trabalho Voluntário, entre outros.)
29. Qual o nível de escolaridade de seu pai e mãe? Que tipo de instituição eles frequentaram durante seus estudos (Pública ou Privada)?
30. Qual o nível de escolaridade de seus avós paternos e maternos? Que tipo de instituição eles frequentaram durante seus estudos (Pública ou Privada)?
31. Você consegue se lembrar qual foi a última ocupação profissional de seus pais e seus avós?
32. Você pode me informar qual a faixa de renda da sua família? E a sua?
33. Atualmente, onde e com quem você mora?
34. Quantos imóveis e veículos você possui? E sua família?

Bloco IV – Capital Cultural e Capital Social

35. Qual meio de comunicação você utiliza com mais frequência? Qual tipo de programação costuma acompanhar?
36. Você costuma acompanhar algum produtor de conteúdo? Como por exemplo Ted Talks, Sebrae, Geração de valor, entre outros.
37. Você costuma utilizar quais redes sociais (ex. LinkedIn, Facebook, Twitter, entre outras) ? Para qual finalidade você utiliza cada uma dessas redes?
38. Você acredita que as redes sociais, tem algum impacto no seu trabalho? Por que?
39. Você possui um gênero musical favorito? Qual(ais)?
40. Você costuma praticar algum tipo de esporte? Qual?
41. Você costuma ler? Quantos livros você lê no ano? Qual tipo de livro você mais gosta de ler?
42. Você toca algum tipo de instrumento musical? Qual? Alguém na sua família toca?
43. Você pratica algum tipo de arte? (ex. desenho, pintura, fotografia, etc).
44. Você costuma assistir filmes? Qual seu tipo/gênero favorito? Cite exemplos.
45. Você costuma assistir séries? Qual seu tipo/gênero favorito? Cite exemplos
46. Você costuma viajar? Que tipo de viagem você faz e para qual finalidade?

Bloco V – Percepção e capitais

47. Você acha que a sua formação acadêmica contribuiu com a sua atividade empreendedora?
48. Como sua formação acadêmica influenciou a sua atividade empreendedora?
49. Você fez algum curso que considere relevante sobre empreendedorismo de startup?
50. Como suas experiências pessoais (gostos, preferências, viagens) ajudaram na sua atividade empreendedora?
51. Conhece algum ecossistema empreendedor? Qual? (ex. Vale do Silício). Qual sua opinião sobre eles?
52. Como você considera o ecossistema empreendedor brasileiro?
53. Quais são seus planos para o futuro da sua startup e para você?

Artigo 3 - Espaço social e trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais

Espaço social e trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais

Resumo: O objetivo desse trabalho foi compreender se o espaço social e os capitais que os empreendedores mobilizaram ao longo de suas trajetórias facilitaram o acesso aos recursos e capitais empregados para a fundação e o desenvolvimento das *startups de tecnologia*. Consideramos o empreendedorismo como um processo social e o empreendedor ocupa uma posição no espaço social de acordo com os capitais mobilizados ao longo de sua trajetória. Adotamos como recorte os empreendedores de *startups* de tecnologia, devido a sua relevância e importância no desenvolvimento econômico e social das economias emergentes. Para realização desse trabalho foi empregado um método quantitativo, com realização de *survey* com aplicação de questionário com 192 empreendedores de *startups* de tecnologia brasileiras. A partir dos dados obtidos, foi feita uma análise descritiva e Análise de Correspondência Múltipla. A pesquisa revelou que os capitais mobilizados ao longo das trajetórias dos empreendedores influenciaram a fundação e o desenvolvimento das *startups*, sendo que em cada fase se destaca um tipo de capital, o capital econômico e o capital cultural são fundamentais para a fundação das *startups*, depois o capital social passa a ganhar destaque, e atualmente esses capitais foram convertidos em capital simbólico destacando os empreendedores no espaço social. Além disso, é possível observar que o grupo estudado possui características semelhantes, sendo que a maioria dos empreendedores fazem parte de grupos de elite, havendo uma reprodução dos capitais, logo o espaço social tem influência no acesso aos capitais e na fundação e desenvolvimento das *startups* de tecnologia.

Palavras-chave: Empreendedor. Startup de Tecnologia. Capital. Trajetória. Espaço Social. Mobilização. Conversão.

1. Introdução

O empreendedorismo estimula a inovação e a descoberta de novos produtos e serviços, incentiva a competição e ajuda a promover a criação de novos postos de trabalho e além de contribuir com a absorção da força de trabalho desempregada, contribuindo com o desenvolvimento econômico e social (DAHLSTRAND; STEVENSON, 2010; FONTENELE, 2010; KRITIKOS, 2014; ZSUZSANNA *et al.*, 2012)

Uma das atividades empreendedoras que vêm ganhando destaque são as *startups* de tecnologia, que passaram a fazer parte dos debates entre pesquisadores e formuladores de políticas públicas, por incentivarem e promoverem grandes mudanças tecnológicas e sociais e também impactarem de forma positiva o desenvolvimento de uma dada região

(DAHLSTRAND; STEVENSON, 2010; DALMARCO; HULSINK; BLOIS, 2018; GUERRERO; URBANO, 2017).

A figura central do fenômeno do empreendedorismo é o empreendedor, frequentemente retratado como um ator autônomo, na busca pela maximização de recursos, dinâmico, disposto a correr risco, inovador, do gênero masculino e branco (BOWMAN, 2007; JONES, 2014; 2015; KARATAŞ-ÖZKAN; CHELL 2015; SCHUMPETER, 1934; SCOTT, 2012). Essa forma de retratar os empreendedores tende a desconsiderar o contexto econômico e social em que estão inseridos, bem como a sua influência para a atividade empreendedora, reforçando a imagem heróica do empreendedor, como aquele responsável pelo desenvolvimento e o crescimento da sociedade (COLBARI 2007; DRAKOPOULOU-DODD; JACK; ANDERSON, 2013; JOHNSEN; SØRENSEN, 2016; NICHOLSON; ANDERSON, 2005).

De forma crítica, Ogbor (2000) busca compreender como e por quê essa imagem do empreendedor é promovida e legitimada no discurso empreendedor. Ainda, esse retrato do empreendedor contribui para a disseminação do arquétipo do herói em busca do sucesso (BOWMAN, 2007; JONES, 2014; KARATAŞ-ÖZKAN; CHELL, 2015; OGBOR, 2000; NICHOLSON; ANDERSON, 2005). Além disso observa-se que há uma predominância da perspectiva funcionalista e positivista nos estudos do empreendedorismo (ANDERSON, 2015; BRAIDFORD; DRUMMOND, STONE, 2017).

Na busca por ampliar a compreensão de quem é o empreendedor, a Teoria e Prática de Bourdieu surge como uma alternativa à perspectiva dominante (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; BRAIDFORD *et al.*, 2017; LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; REID, 2020), por meio do emprego da prática relacional (LOUNSBURRY; GLYNN, 2001; TATLI *et al.*, 2014) e de conceitos como campo, espaço social, capitais e *habitus* que ajudam a compreender a natureza, por vezes desigual, dos processos sociais (BOWMAN, 2007). Embora o emprego da perspectiva bourdieusiana como forma de analisar o empreendedorismo e os empreendedores não ser algo novo, os trabalhos ainda são escassos (BRAIDFORD *et al.*, 2017; SHAW; WILSON, PRET, 2017).

Observando essa lacuna de pesquisa e a potencialidade do emprego da perspectiva de Bourdieu, buscamos ampliar a compreensão dos empreendedores, como atores sociais, influenciados pelo seu o contexto social e econômico, utilizando como lente de análise a perspectiva de capitais (BOURDIEU, 1986). Consideramos que ser empreendedor envolve

uma prática relacional e a origem social e os recursos relacionais, como capital social, são importantes para iniciar e desenvolver um negócio (ANDERSON, 2015; CLOUGH *et. al.*, 2019; PAGANO *et al.*, 2018; TATLI *et. al.*, 2014; YESSOUFOU *et al.*, 2018).

Para que haja uma melhor compreensão, além do espaço social e dos capitais, deve-se considerar as características dos atores, como a origem social, formação, os hábitos, o contexto pessoal e profissional (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; ÇAKMAK *et al.*, 2018). As práticas e as interações diárias, fazem com que os atores sejam inseridos e estimulados em um determinado espaço social (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; HILL, 2018), por exemplo, se a família tem uma trajetória empreendedora, é quase que um caminho natural que existam empreendedores nas gerações seguintes (BAGHEL; PARTHASARATHY, 2019; SOROKIN, 2001).

De acordo com os achados de Jayawarna *et al.*, (2014) existem barreiras sociais e econômicas no empreendedorismo, os autores observaram a existência de uma trajetória em comum dos empreendedores a partir da origem social e do acesso a recursos considerados “privilegiados”, destacando a influência da classe social e do gênero.

Considerando como objeto de análise os empreendedores de *startups* de tecnologia, buscamos responder a seguinte pergunta de pesquisa : “*Qual a influência do espaço social e dos capitais mobilizados ao longo das trajetórias dos empreendedores no acesso aos recursos e capitais para a fundação e o desenvolvimento das startups?*”

Nosso objetivo é compreender se o espaço social e os capitais que os empreendedores acessaram ao longo de suas trajetórias facilitaram o acesso aos recursos e capitais para a fundação e o desenvolvimento das *startups*. Para isso buscamos identificar e analisar descritivamente as características dos empreendedores, identificar os capitais mobilizados e os convertidos ao longo de suas trajetórias e empregados nas *startups* e compreender se o espaço social em que eles estão inseridos facilita o acesso a esses capitais. Como suporte teórico usamos as categorias de capitais apresentadas por Bourdieu (1986): capital econômico, cultural, social e simbólico, bem como o capital humano (Coleman, 1988) .

O estudo foi realizado por meio de *survey* com aplicação de questionário em 192 empreendedores de *startups* de tecnologia brasileiras. Tal recorte ocorre pela especificidade que as *startups* de tecnologia possuem, empresas que empregam alto capital intelectual e intangível, grande potencial de crescimento e escalabilidade (LASSO *et al.*,

2019) e pelo crescente interesse pelo tema devido ao seu potencial de impacto no desenvolvimento econômico e social de um país (ACS; AUDRETSCH, 2010; ACS; SZERB, 2007; DAVIDSSON; HONIG, 2003; GIMON; LEVIE, 2010; THOMAS *et al.*, 2019). Embora diversos estudos foram desenvolvidos sobre o empreendedorismo há uma falta de estudos focados nas economias emergentes (BAYER, 2019; DVOULETY, 2017; OGAJI *et al.*, 2019; ROUNDY; SENGUPTA *et al.*, 2017), particularmente no contexto brasileiro.

A partir dos dados descritivos, observamos uma certa homogeneidade no grupo estudado, e que a posição que ocupam no espaço social tem relevância para aos recursos que foram empregados na fundação e o desenvolvimento das *startups*, além de compartilharem trajetórias semelhantes. Conseguimos identificar alto capital econômico que possibilitou acesso ao capital cultural bem como o desenvolvimento do capital humano, que lhes permitiram acessar espaços, desenvolver redes de contato e capital social, além disso são atores que possuem legitimidade e reconhecimento dentro do espaço social que estão inseridos, ou seja, possuem alto capital simbólico. Esses capitais estão sujeitos a um processo dinâmico de conversão e reconversão, sendo empregados na fundação e no desenvolvimento das *startups*.

Esse trabalho possui contribuições teóricas e empíricas. Do ponto de vista teórico, amplia a compreensão do empreendedorismo como um fenômeno econômico, ou seja, mostramos que é fenômeno social com resultados econômicos. Do ponto de vista empírico, mostramos como a posição social privilegiada no espaço social pode ser usada para promover o empreendedorismo como prática, por meio da mobilização de recursos que foram empregados na fundação e no desenvolvimento das *startups* (ANDERSON 2015; COSTA; SARAIVA, 2012).

2. Trajetória dos empreendedores de startup: uma construção por meio dos capitais

O mundo social e sua estrutura são um reflexo dos capitais, não apenas o capital no sentido econômico, mas também os capitais intangíveis e que possuem uma dimensão social (BOURDIEU, 1986; MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; ÇAKMAK; LIE; SELWYN, 2019).

Os capitais são mobilizados através de processos sociais e estratégias estabelecidas pelos atores, que buscam não apenas por ganhos econômicos, mas também formas de ocuparem uma posição privilegiada no espaço social, para isso se valem de processos de conversão e reconversão de capitais, como por exemplo o capital econômico em capital cultural (BOURDIEU, 1986; PRET *et al.*, 2015; SCOTT, 2012; BISIGNANO, EL-ANIS, 2019).

O espaço social é como uma arena de disputa. Para fazer parte desse jogo os atores devem possuir um mínimo de capital que ali é reconhecido e atribuído um valor, garantindo ao “jogador” uma posição dentro daquele espaço, logo o capital é o meio pelo qual a disputa acontece, quanto maior o capital e o reconhecimento, melhor é a posição (MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018; BASOV; 2019; BOURDIEU, 1996; ÇAKMAK *et al.*, 2018). Nesse sentido, existem atores privilegiados em relação a outros devido à posse de capitais, que lhes garantem vantagens para avançar no “jogo” e mais chances de sucesso (MARTINS, 2015; ÇAKMAK *et al.*, 2019).

Logo, os empreendedores são atores capazes de compreender, mobilizar e converter os capitais que possuem significado dentro do espaço social que estão inseridos, assim a mobilização e a conversão de capitais são processos que ajudam na exploração de oportunidades e no ganho de legitimidade dentro daquele espaço (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; CLOUHG *et al.*, 2019; PRET *et al.*, 2016). Quanto maior a acumulação desses capitais pelo empreendedor, mais dominante ele será dentro do espaço social em que está inserido (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; OZBILGIN; TATLI, 2005).

Aqui podemos destacar o *habitus*, que “envolve as estruturas cognitivas e somáticas que as pessoas usam para dar sentido e legitimar suas posições dentro do campo” (DE CLERCQ; VORONOV, 2009, p. 402). *Habitus* é um conjunto de desejos, vontades e habilidades que são socialmente constituídas (BOURDIEU; WACQUANT, 1992), e se internaliza nos atores e no espaço social até o momento que ele é legitimado e os atores passam a não ter consciência, se transforma em uma realidade dada (CALHOUN, 2003; DE CLERCQ; VORONOV, 2009).

Nesse sentido, de acordo com Shaw, Wilson e Pret (2017) os capitais mobilizados pelos empreendedores ao longo de suas trajetórias antes de seu negócio, como a

experiência, a qualificação, o acesso a redes de contato e a reputação, quando reunidos, ajudam a entrada no mercado e tem impacto positivo no negócio.

Os capitais não são fixos e sim passíveis de conversão entre si de diferentes formas ao longo da trajetória dos atores, fazendo parte de um processo de legitimação e ocupação do espaço social (SCOTT, 2012; PRET *et al.*, 2016, ZHONG, 2015). Os empreendedores convertem capitais como forma de acessar recursos num contexto de recursos limitados (SHAW *et al.*, 2017).

2.1 Formas de Capitais, Mobilização e Conversão

De acordo com Çakmak *et al.*, (2019) em cada fase da trajetória dos empreendedores um tipo diferente de capital fica em evidência, revelando a importância de se possuir um conjunto de capitais. Os empreendedores mobilizam e convertem capitais, transformando formas tangíveis em intangíveis, na busca por ocupar posições e se ajustarem ao espaço social em que estão inseridos, sendo uma manifestação de poder (BISIGNANO, EL-ANIS, 2019; ÇAKMAK *et al.*, 2019; HILL, 2018;).

Considerando a importância dos capitais ao longo da trajetória dos empreendedores, para além do sentido econômico e tangível, aqui vamos tratar também os conceitos de capital cultural, capital humano, capital social e capital simbólico representados no quadro 1.

Quadro 1 – Formas de Capitais, mobilização e conversão

Tipos de Capital	Descrição	Formas de Mobilização de capital	Formas de conversão de capital pelo empreendedor
Econômico Bourdieu (1986); Coleman (1988). Bisignano e El-anis (2019) Braidford, Drummond e Stone(2017)	Bens de produção e os bens econômicos e os bens e serviços que ele permite o Acesso;	Investimento econômico e cultural; Relações sociais; Trabalho; Herança; Contexto familiar;	Permite acesso à educação de elite em escolas e universidades de prestígio, acesso a redes de contato e recursos para a startup;
Cultural/ Humano Bourdieu (1986) De Clercq e Voronov (2009) Coleman (1988); Davidsson e Honig (2003) Rauch <i>et al.</i> ,(2005); Bhagavatula <i>et al.</i> , (2010)	Estado Incorporado: São os capitais incorporados, como os gostos e o domínio da linguagem; Estado Objetivado: objetos materiais como livros e instrumentos;	Estado Incorporada: Custo pessoal e esforço, capital familiar; Estado Objetivado: relacionado com o capital econômico, pode ser transferível	Acesso a redes de contatos, adaptação ao <i>habitus</i> , desenvolvimento de habilidades pessoais, credibilidade, reconhecimento e exploração de oportunidades. Permiti o

Pret (2016) Çakmak <i>et al.</i> , (2019) Reid (2020)	Estado Institucionalizado: títulos acadêmicos	Estado Institucionalizado: qualificação acadêmica	reconhecimento das “regras do jogo”, ajudando a incorporar o <i>habitus</i>
	Capital humano: desenvolvimento de habilidades	Capital humano: acúmulo de experiência	Acesso a capital social;
Social Bourdieu (1986); Coleman (1988); Lin (1999); Lounsbury e Glynn (2001); Onyx e Leonard (2010); Pret <i>et al.</i> , (2016) Çakmak <i>et al.</i> , (2019)	Recursos atribuídos a participação em um grupo e pelo acesso a uma rede de relações institucionalizadas; Recursos incorporados em uma estrutura social; Pode ser transformado em capital econômico e cultural;	Redes e interações sociais; Relações sociais.	Acesso a rede de contatos, legitimidade, confiança, reciprocidade, recursos e informações;

Fonte: Elaborado pelos autores

O *capital econômico* é o conjunto de bens de capital, como terras, renda e riqueza, pode ser acumulado, reproduzido e aumentado, através de estratégias de investimento (BONAMINO *et al.*, 2010; BOURDIEU, 1986; COLEMAN, 1988;). Pode ser transmitido por gerações familiares, ou seja, pessoas nascidas em lares ricos tem mais chances de se tornarem adultos ricos (CORAK, 2006).

Esse tipo de capital permite a conversão imediata em recursos financeiros bem como o acesso a outros tipos de capitais, como o capital cultural por meio do acesso à educação de elite e aquisição de bens culturais; e o capital social, em que as conexões do ator associado a posse de recursos garante uma posição privilegiada no espaço social (BOURDIEU, 1986; PRET *et al.*, 2016).

A posse de capital econômico do ator, por meio dos recursos financeiros a que teve acesso, tem influência direta na fundação e desenvolvimento de um novo negócio (ÇAKMAK *et al.*, 2019; JAYAWARNA *et al.*, 2014). Os achados da pesquisa de Jayawarna *et al.*, (2014) apontam que indivíduos com uma origem social e familiar de classes sociais mais altas, e que por intermédio de seus pais puderam acessar alto capital econômico e alto capital cultural, possuem mais chances de empreender.

O *capital cultural* pode se manifestar de três formas: no *estado incorporado* (disposições duradouras), no *estado objetivado* (bens culturais) e no *estado institucionalizado* (qualificação educacional), sua acumulação é constante, acontece por toda a trajetória de vida de um indivíduo (BOURDIEU, 1986). De acordo com Vale (2014) o acesso à educação dos pais tem influência nos filhos e é uma forma de reprodução social da elite, que lhes garante certos privilégios e acesso a posições sociais de prestígio.

O *capital humano* são as habilidades e as capacidades que permitem ao indivíduo agir de novas formas (COLEMAN, 1988) é o conhecimento acumulado pelo empreendedor através de suas vivências pessoais, como o trabalho, relações sociais e o seu cotidiano e pela educação (BHAGAVATULA *et al.*, 2010; PRET, 2016; RAUCH *et al.*, 2005). Por meio do capital cultural os atores reconhecem as práticas sociais e reproduzem o estilo de vida empreendedor, ou seja, o *habitus* (REID, 2020).

Tanto o capital cultural quanto o capital humano, que se manifestam no empreendedor pela escolaridade, competências, habilidades, o contato com culturas e contextos diferentes, são relevantes para a fundação e o desenvolvimento de um negócio (ÇAKMAK *et al.*, 2019; DAVIDSSON; HONIG, 2003). O conhecimento e as habilidades passadas de geração para geração são fatores de sucesso para um novo negócio (GLOVER, 2013).

Resultados obtidos por Lee e Shaw (2015) demonstram que empreendedores que possuem alta qualificação técnica e sólida atuação profissional quando comparados aos empreendedores que possuem uma baixa qualificação e atuação profissional têm maiores chances de obter sucesso em seus negócios, já que reúnem capitais intangíveis valiosos para sua atividade empreendedora. Ainda, o primeiro grupo tende a empreender em áreas técnicas que legitimam sua trajetória e seus capitais no mercado, ao passo que o segundo grupo tende a escolher opções menos formais (LEE; SHAW, 2015).

O *capital social* é um conjunto de recursos efetivos ou potenciais que o ator acessa ao fazer parte de um grupo, garante acesso a uma rede de relações duráveis e de confiança mútua, proporcionando reconhecimento e apoio, lhe conferindo uma “credencial” (BOURDIEU, 1986).

O desenvolvimento de um novo negócio não depende apenas de recursos econômicos, mas também de recursos intangíveis como o capital social, pois as redes de contato são meio de acessar recursos para o empreendimento (BIRD; WENNBERG, 2014; ÇAKMAK *et al.*, 2019). Os empreendedores se beneficiam das redes, criando relações de confiança mútua e de reciprocidade e com isso conseguem mobilizar os recursos necessários para a abertura novas empresas (ANDERSON; MILLER, 2003; LIGHT; DANA, 2013; LOUNSBURY; GLYNN, 2001).

A localização das *startups* e os grupos dos quais os empreendedores participam facilitam o acesso ao capital social, por exemplo, espaços como incubadoras e *coworkings*

(espaço de trabalho coletivo) promovem o acesso a redes de contato e recursos, facilitando o contato com investidores, bem como como o compartilhamento de conhecimento e colaboração (CARIS, RABY, MARTINEZ, 2017).

De acordo com Anderson e Miller (2003) o *status* socioeconômico elevado, associado ao capital cultural, facilita o acesso dos empreendedores a redes sociais mais amplas. Por outro lado, a falta de capital cultural faz com que o ator tenha uma capacidade limitada de se adequar ao *habitus* de um determinado espaço social, restringindo acesso às redes sociais (LOUNSBURY; GLYNN, 2001; DE CLERCQ; VORONOV, 2009;).

O acesso ao capital social está relacionado a mobilização e a conversão dos capitais econômico e cultural, e também garante acesso a rede de contatos lhe garantindo credenciais para entrada em um determinado grupo (ÇAKMAK et al., 2018; PRET et al., 2016; SVENDSEN et al., 2010). Ainda, o capital social pode ser convertido em capital simbólico quando os atores se associam com outros atores que possuem reputação e prestígio (LOUNSBURY; GLYNN, 2001).

O *capital simbólico* é a propriedade de qualquer que seja o tipo de capital, que é percebido e reconhecido pelos atores sociais e esses atribuem valor (BOURDIEU, 1996). Se manifesta através do conhecimento e de reconhecimento de coisas como: direito, bom nome, honra, fama, prestígio e reputação (BOURDIEU, 1993 *apud* GERGS, 2003). A partir do desempenho e das ações do empreendedor, ele constrói sua reputação, sendo reconhecido perante os outros atores daquele espaço, o que lhe garante prestígio e legitimidade.

A percepção do capital simbólico é construída ao longo do tempo de uma determinada pessoa diante de outras pessoas, considerando sua reputação e seu valor (FULLER; TIAN, 2006; MARTINS, 2015; MARTINS, DONADONE, 2018). A aquisição de capital simbólico demanda tempo, dinheiro e energia, muitas vezes ele está relacionado com legitimidade, prestígio e valor bem como a educação, quanto mais alto o nível educacional maior o capital simbólico do a ator (ÇAKMAK, 2018).

Para Bjerregaard e Lauring (2012) o capital simbólico se manifesta no empreendedor por meio do reconhecimento e da confiança, além de atestar a legitimidade aos novos negócios, consideram ainda que é fundamental na busca por recursos financeiros. Pode se manifestar através de prêmios e pelo reconhecimento, para o

empreendedor sua influência está na importância que os outros atores atribuem ao capital simbólico (FULLER; TIAN, 2006; PRET *et al.*, 2006).

2.2 Startups de tecnologia: uma junção entre empreendedorismo e inovação

De acordo com Dahlstrand e Stevenson (2010) as políticas econômicas tradicionais já não conseguem garantir a promoção do emprego e do alto crescimento, sendo o empreendedorismo e a inovação alternativas de ferramentas para estimular o desenvolvimento econômico. Essa associação é possível, pois a inovação é subjacente ao esforço do empreendedor de explorar resultados de pesquisas e desenvolvimento, sendo considerada uma fonte de vantagem competitiva (ZSUZSANNA *et al.*, 2012).

As *startups* são empresas baseadas em conhecimento, seus processos são intensivos em tecnologia e inovação, criam bens e serviços com alto valor agregado, geralmente são de pequeno porte o que lhes dá flexibilidade para responder às mudanças do mercado, uma vez que operam num ambiente dinâmico, possuem altas taxas de crescimento e lucratividade e impactam diretamente no desenvolvimento socioeconômico (AUTIO; YLI-RENKO, 1998; DALMARCO *et al.*, 2018; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012).

Podem ser definidas como “empresas que realizam esforços tecnológicos significativos e concentram suas operações na fabricação de novos produtos” (CÔRTEZ *et al.*, 2005, p. 87), com grande potencial de crescimento e escalabilidade (DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019). Essas empresas se inserem no advento de um novo ciclo do sistema capitalista, em que a competitividade está relacionada com recursos intangíveis, como o domínio intensivo de conhecimento científico e técnico (ELORZ, 2003).

As *startups* influenciam diretamente no *status quo* das empresas já estabelecidas e do ambiente onde se inserem, introduzindo novas formas de fazer bens e serviços bem como inovações além de alterar padrões tradicionais de comportamento (PARADKAR; KNIGHT; HANSEN, 2015). Os empreendedores de *startups* estão inseridos numa cultura de compartilhamento de conhecimento, eles detêm alto capital intelectual, fazem parte de uma rede de contatos, possuem habilidade de lidar com incertezas, são adaptativos e são mobilizadores de recursos (MARCH-CHORDA, 2004; TRIMI; BERBEGAL-MIRABENT, 2012).

O empreendedorismo muitas vezes é definido apenas nos termos de quem é o empreendedor e o que ele faz, sem considerar outros fatores (VENKATARAMAN, 1997). Porém, vários estudos demonstram que existem diversos fatores além da motivação de um único indivíduo, é um processo complexo no qual vários atores interagem, estabelecendo redes de interação e contato, que favorecem o trânsito de capitais e recursos (CASTILLA *et al.*, 2000; CORRÊA; VALE, 2014; FLIGSTEIN, 2007; GRANOVETTER, 1985).

3. Método

Para Gartner (1985) o empreendedorismo pode ser analisado através de quatro dimensões: o indivíduo, o processo, a organização e o ambiente. Para esse trabalho escolhemos como nível de análise o indivíduo enquanto empreendedor e a análise dos capitais (DAVIDSSON; WILLUND, 2001; ANDERSSON, CUERVO-CAZURRA; NIELSEN, 2014), a partir de uma abordagem quantitativa de caráter descritivo e exploratório (MAULA; STAM, 2019). Empregamos como método a utilização de *survey*, que é uma ferramenta quantitativa de dados primários, ou seja, quando se busca informações diretamente com o grupo de interesse, que fazem parte de uma população alvo, do qual se deseja obter informações (FONSECA, 2002; HAIR, 2005).

Para Freitas *et. al* (2000) a *survey* é apropriada como método de pesquisa quando se busca responder as questões do tipo "o quê?", "por que", "como" e "quanto", ou seja quando se deseja saber o que está acontecendo, como e o porquê do fenômeno estudado. Utilizamos como instrumento um questionário estruturado, com perguntas pré-definidas, que nos auxiliou na busca por informações descritivas e informações dos empreendedores (HAIR; 2005; GROOVES, 2011).

3.1 Seleção da Amostra

Para a realização desse estudo utilizamos como recorte os empreendedores de *startups* de tecnologia no Brasil. O recorte escolhido, se justifica pela importância e destaque que essas organizações vêm recebendo nos últimos anos, seja pelo impacto econômico de geração de renda e emprego e tanto pelo impacto social, uma vez que são responsáveis por grandes mudanças de paradigmas e comportamento, além de serem empresas relacionadas a alto capital intelectual e intangível (ACS; AUDRETSCH, 2010;

ACS; SZERB, 2007; DAVIDSSON; HONIG, 2003; GIMON; LEVIE, 2010 THOMAS *et al.*, 2019; VENKATARAMAN, 2004; WRIGHT *et al.*, 2007).

No Brasil existem pólos tecnológicos e de inovação com alta concentração de *startups*, com destaque para o estado de São Paulo, que aparece no ranking mundial de Ecossistemas para *Startups* de acordo *Startup Genome* (2020).

A amostra analisada foi obtida a partir da base de dados da Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups), que reúne o maior banco de dados das *startups* brasileiras. É uma base de dados pública em que os empreendedores de todo país podem se cadastrar preenchendo algumas informações básicas sobre a empresa, como área de atuação, site e quem são os fundadores. Como o banco de dados é atualizado pelos usuários, observamos que o número cadastrado não corresponde às *startups* que estão em operação, pois muitas startups já não estão em funcionamento, o que dificulta o contato com os empreendedores (MAULA; STAM, 2019).

Dessa forma selecionamos apenas as *startups* que estão em operação e estejam enquadradas no conceito de *startups*, como pequenas empresas com uso intenso de tecnologia e inovação, com grande potencial de crescimento e são escaláveis (DALMARCO *et al.*, 2018; LASSO *et al.*, 2019). e que conseguimos obter um contato do empreendedor, seja por e-mail ou por redes sociais. A pesquisa foi enviada para aproximadamente 3000 empreendedores em todo o Brasil e obtivemos 192 respostas.

3.2 Coleta de Dados

De acordo com Bulst (2005), embora a coleta e a interpretação de dados sejam processos distintos, eles são interdependentes e influenciados pelas escolhas feitas pelo pesquisador, assim, a análise planejada, por meio das questões que orientam a pesquisa, é capaz de definir as regras da coleta e a forma como fazê-la.

Esse trabalho busca compreender se o espaço social e os capitais que os empreendedores mobilizaram e converteram ao longo de suas trajetórias facilitaram o acesso aos recursos e capitais empregados na fundação e no desenvolvimento das *startups*. Para tal será utilizado como método de coleta de dados a prosopografia, com a aplicação de *survey*. A prosopografia trata da “investigação das características comuns de um grupo de atores na história por meio de um estudo coletivo de suas vidas” (STONE, 2011, p. 115).

É um método que se propõe observar um grupo variáveis, tais como nascimento, origens sociais, status social da família, afiliações sociais e econômicas, títulos, lugar de residência, educação, capital econômico, para compreender os processos de formação, disposições e o início de grupos (OBREGÓN, 2016; STONE, 2011; SUDDABY *et al.*, 2016). O objetivo das prosopografia é detalhar e identificar padrões comuns em um conjunto de trajetórias individuais, e como as intersecções formam redes e criam possibilidade de ação coletiva (CHARLE, 2006; STONE, 2011; SUDDABY *et al.*, 2016). Pode-se valer de técnicas múltiplas, quantitativas e qualitativas (CHARLE, 2006; STONE, 2011). Vale ressaltar, que esse trabalho não se trata de um estudo de trajetória, mas sim de fragmentos nas trajetórias dos empreendedores que analisamos a partir da mobilização e da conversão de capitais.

Para coleta de dados utilizamos um questionário estruturado, com a elaboração de perguntas previamente formuladas, que tem como principal característica a comparação com o mesmo conjunto de perguntas, sendo capaz de ilustrar a diferença entre os respondentes (LODI, 1974).

A construção do questionário foi baseada nas variáveis presentes na revisão de literatura, apresentadas no quadro 1, utilizamos também questões presentes nas obras de Bourdieu, como a Distinção (2007), e Bourdieu e Passeron, os Herdeiros (2018), em que fizemos as devidas atualizações tanto de linguagem como de perfil. Além disso, no questionário incluímos questões com a finalidade descrever a nossa amostra, buscando compreender a realidade brasileira, incluindo questões como gênero, cor, idade e estado civil.

Os empreendedores foram escolhidos de forma aleatória, buscamos alcançar uma amostra relevante dentro do universo que pretendemos analisar (GIL, 2010; MAULA; STAM, 2019). A aplicação dos questionários foi feita de forma online, entre os meses de julho de 2020 a novembro de 2020, devido ao contexto da pandemia da COVID-19,

3.3 Análise dos Dados

Dividimos a análise dos dados em duas etapas: a primeira etapa consiste na realização de uma análise descritiva dos dados dos empreendedores; e a segunda etapa foi a realização da análise de correspondência múltipla (ACM).

Na etapa de análise descritiva organizamos e descrevemos um conjunto de características dos empreendedores que revelam informações relevantes para a pesquisa, com o objetivo de destacar achados que corroborem os nossos objetivos de pesquisa (REIS, REIS, 2002; STONE *et al.*, 2008; ZOOK; PEARCE, 2018)

A análise de correspondência múltipla servirá de base para o estudo do campo, uma vez que esse estudo busca compreender o papel dos capitais na trajetória dos empreendedores, o que para Bourdieu (2007), que é um subespaço dentro do espaço social onde uma atividade específica pode ser realizada, existindo regras para orientar as atividades bem como as relações de força, os atores podem ser hierarquizados no campo de acordo com o volume de capitais que possuem. Essa técnica é utilizada para estabelecer uma relação entre variáveis distintas, sendo possível então verificar o efeito de algumas delas sobre as outras, ainda o quanto cada variável corrobora com sua hipótese de pesquisa (DE NOOY, 2003).

Para Carvalho (2004) a análise de correspondência múltipla tem como requisito a identificação de múltiplos fatores que auxiliam compreender a estrutura do fenômeno em estudo, sendo aplicável aos fenômenos sociais com complexidade multidimensional.

É uma ferramenta de análise exploratória, que auxilia a avaliar tabelas de duas ou múltiplas entradas, considerando medidas de correspondência entre linhas e colunas, ou seja, converte uma matriz de dados em representação gráfica, em que as linhas e colunas são reduzidas a pontos (KNOP, 2008). A ACM permite visualizar relações sociológicas, que podem se dar pela relação entre estilo de vida e a posição no espaço social (LEBARON, 2009)

Quando colocado no plano, os dados são convertidos em gráficos bidimensionais, permite a visualização das relações mais importantes de um grande conjunto de variáveis entre si que é avaliada pela proximidade entre elas no gráfico (GREENACRE, 1981; LEBART; MORINEAU; WARWICK, 1984). Para a realização da ACM optamos por utilizar o software *Statistica*.

Aqui os debates teóricos e conceitos apresentados pelo autor, como capitais, *habitus* e espaço social (Bourdieu, 1986), foram recodificados e utilizados para responder nossa questão de pesquisa, apresentando as etapas da mobilização e conversão de capitais ao longo da trajetória dos empreendedores de *startups*.

4. Análise dos resultados

Nesse tópico faremos uma breve apresentação descritiva dos empreendedores e apresentaremos os achados obtidos por meio a Análise de Correspondência Múltipla acerca dos capitais mobilizados e convertidos ao longo da trajetória dos empreendedores e como eles foram empregados para a fundação e o desenvolvimento de seus negócios.

4.1 Análise Descritiva dos Empreendedores de *Startups* de Tecnologia

A partir da finalização da aplicação dos questionários, obtivemos 192 respondentes válidos. Faremos uma breve descrição de quem são os empreendedores que participaram da nossa pesquisa.

Como podemos observar na tabela 1 a região com a maior concentração de respondentes foi o Sudeste, seguido pelo Sul, Nordeste, Centro-oeste e por último o Norte.

Tabela 1- Empreendedores x Estado

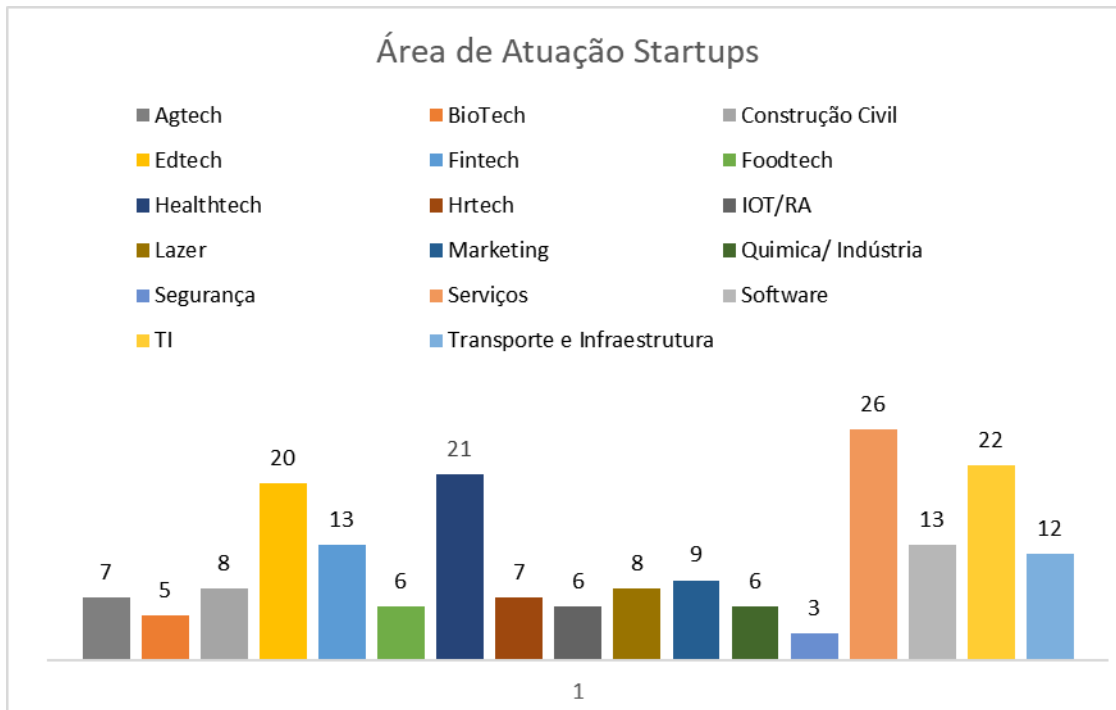
Estado	Quantidade Empreendedores
Norte	1
Nordeste	7
Centro-oeste	6
Sudeste	144
Sul	34
Total	192

Fonte: Elaborado pelos autores

Essa concentração de respondentes na região sudeste pode estar relacionada ao fato do estado de São Paulo ser nacionalmente e internacionalmente como um polo econômico e tecnológico no Brasil, possuindo um dos ecossistemas mais maduros da América Latina (STARTUP GENOME, 2019).

Os empreendedores fundaram *startups* em diversas áreas de negócio, conforme apresentado no gráfico 1:

Gráfico 1- Área de atuação das *startups*



Fonte: Elaborada pelos autores

Conforme apresentado no gráfico 1, dentro da amostra da pesquisa, a maioria das *startups* atuam no setor de serviços, seguido pelas *edtechs* (área de educação), em terceiro estão as *healtechs*(área da saúde), e em quarto estão as *startups* que atuam na área de Tecnologia da Informação.

A grande maioria dos empreendedores entrevistados se identifica com o gênero masculino, 81,25%, ao passo que empreendedoras que se identificam com o gênero feminino representam apenas 18,23%.

Tabela 2-Identificação de Gênero dos empreendedores

Gênero	Quantidade	(%)
Masculino	156	81,25%
Feminino	35	18,23%
Sem identificação	1	0,52%
Total	192	100,00%

Fonte: Elaborada pelos autores

Quando perguntados sobre com qual cor os empreendedores se identificam, conforme a tabela 3, 78,13% se consideram brancos, 12,5% pardos,3,65% pretos, 2,6%

amarelos, 3,13% sem declaração, e não houveram indivíduos que declararam identificação indígena.

Tabela 3 - Identificação de Cor dos empreendedores

Cor	Quantidade	(%)
Branca	150	78,13%
Parda	24	12,50%
Preto	7	3,65%
Amarelo	5	2,60%
S/D	6	3,13%
Total	192	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

Podemos observar a predominância de empreendedores que se identificam com o gênero masculino e que se identificam com a cor branca. A maioria dos empreendedores(as) são solteiros(a), conforme tabela 4.

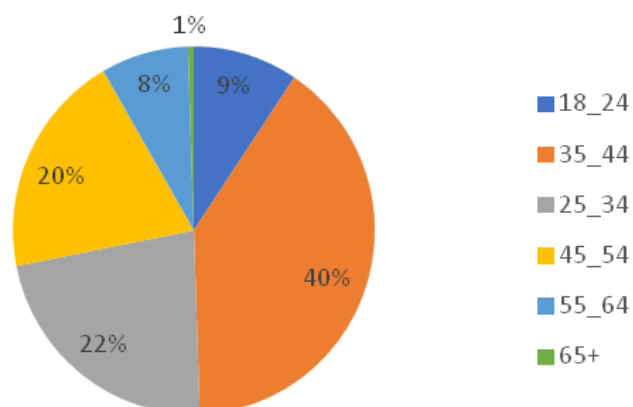
Tabela 4. Estado Civil

Estado Civil	Quantidade	(%)
Solteiro(a)	116	60,42%
Casado(a)	58	30,21%
Viúvo(a)	1	0,52%
Outro	17	8,85%
Total	192	100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores

A maioria dos empreendedores, 40%, estão na faixa etária de 35 a 44 anos, seguido pela faixa etária de 25 à 34 anos.

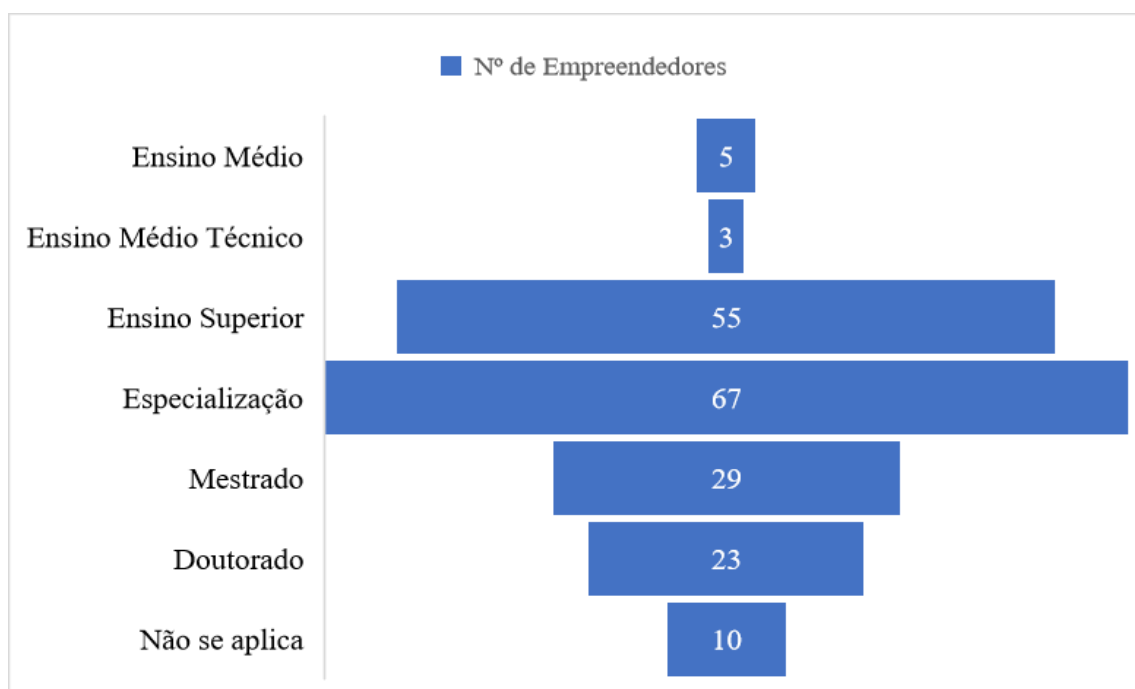
Gráfico 2 – Faixa etária dos empreendedores



Fonte: Elaborado pelos autores

Quando se trata da escolaridade, conforme apresentado no Gráfico 3, a grande maioria dos empreendedores que participaram da pesquisa, ou seja, um pouco mais de 90%, possuem ao menos ensino superior, em que 5,65% estudaram em universidades no exterior, 35,03% em instituições privadas e 59,32% em instituições públicas, e apenas 10% desse grupo obteve acesso ao ensino superior a partir de alguma política de ação afirmativa.

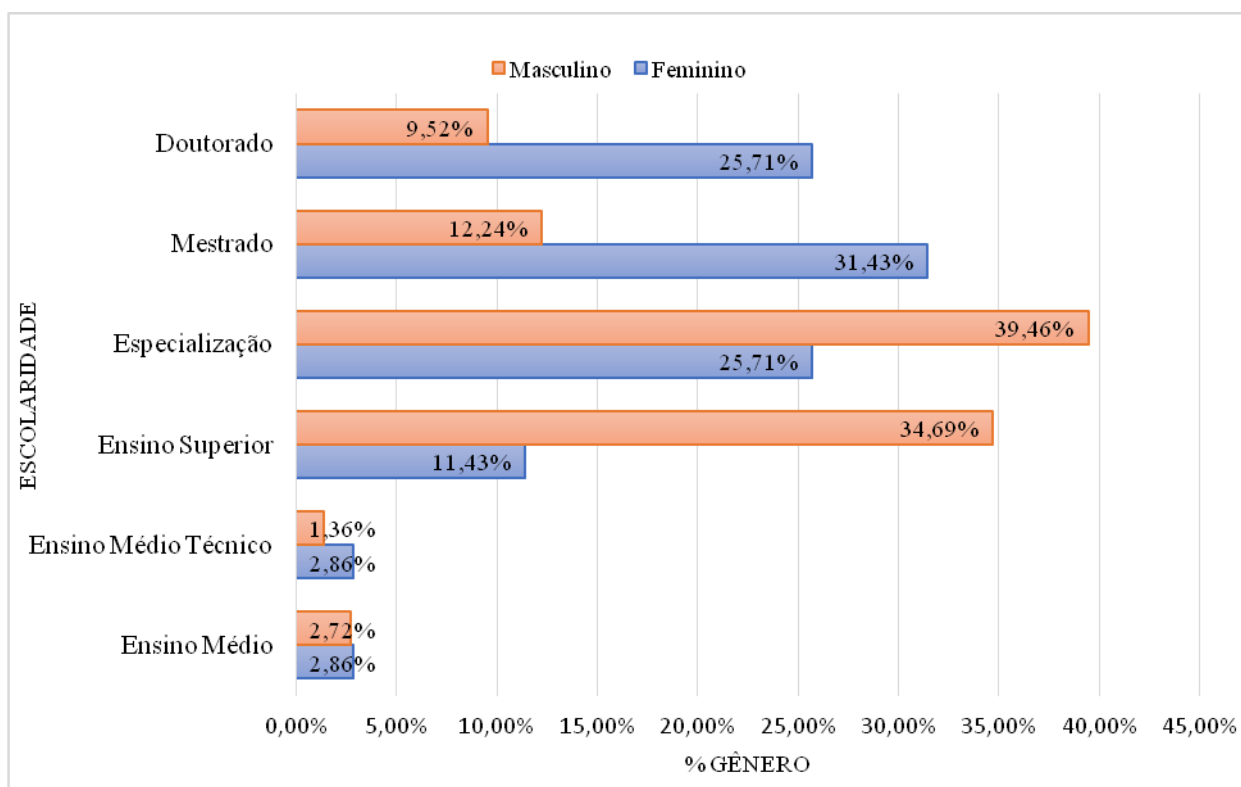
Gráfico 3 - Escolaridade dos Empreendedores



Fonte: Elaborado pelos autores

Apesar de ser uma área predominantemente masculina, as empreendedoras são as que possuem o maior grau de escolaridade, como apresentado no Gráfico 4, quase 57% das entrevistadas possuem mestrado ou doutorado, ao passo que quando comparado com os empreendedores, esse número cai para 21,77%.

Gráfico 4 - Escolaridade versus Gênero



Fonte: Elaborado pelos autores

Quando se trata da escolaridade dos pais, 45,83% das mães e 50% dos pais possuem aos menos nível superior, na sequência estão os pais com ensino médio, 28,13% e 21,35% respectivamente, 19,73% das mães e 20,83% dos pais possuem ensino fundamental, conforme apresentado na Tabela 5:

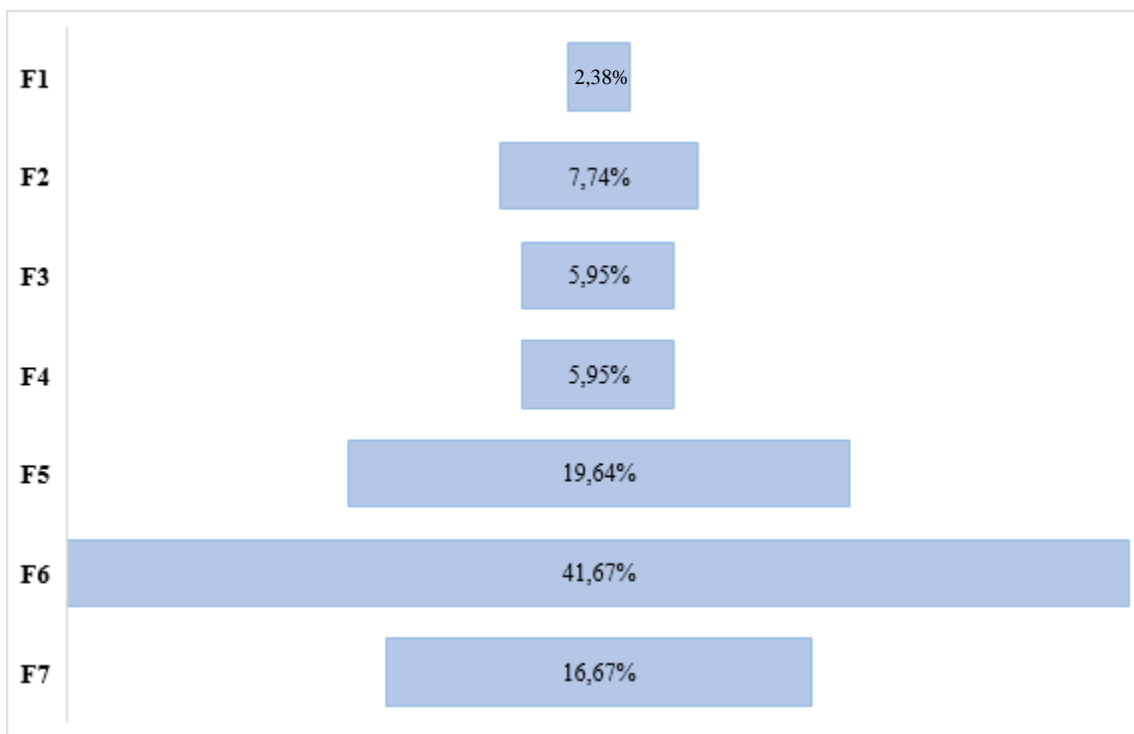
Tabela 5 – Escolaridade dos pais

Escolaridade	Mãe	%	Pai	%
Ensino Fundamental	38	19,79%	40	20,83%
Ensino Médio	54	28,13%	41	21,35%
Ensino Superior	63	32,81%	65	33,85%
Pós-Graduação	25	13,02%	31	16,15%
Não sei informar	12	6,25%	15	7,81%
Total	192	100%	192	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Para uma melhor compreensão da origem social dos empreendedores, buscamos identificar a faixa de renda dos empreendedores e de suas famílias, que serão representadas nos gráficos 5 e 6, respectivamente.

Gráfico 5 - Faixa de Renda dos Empreendedores

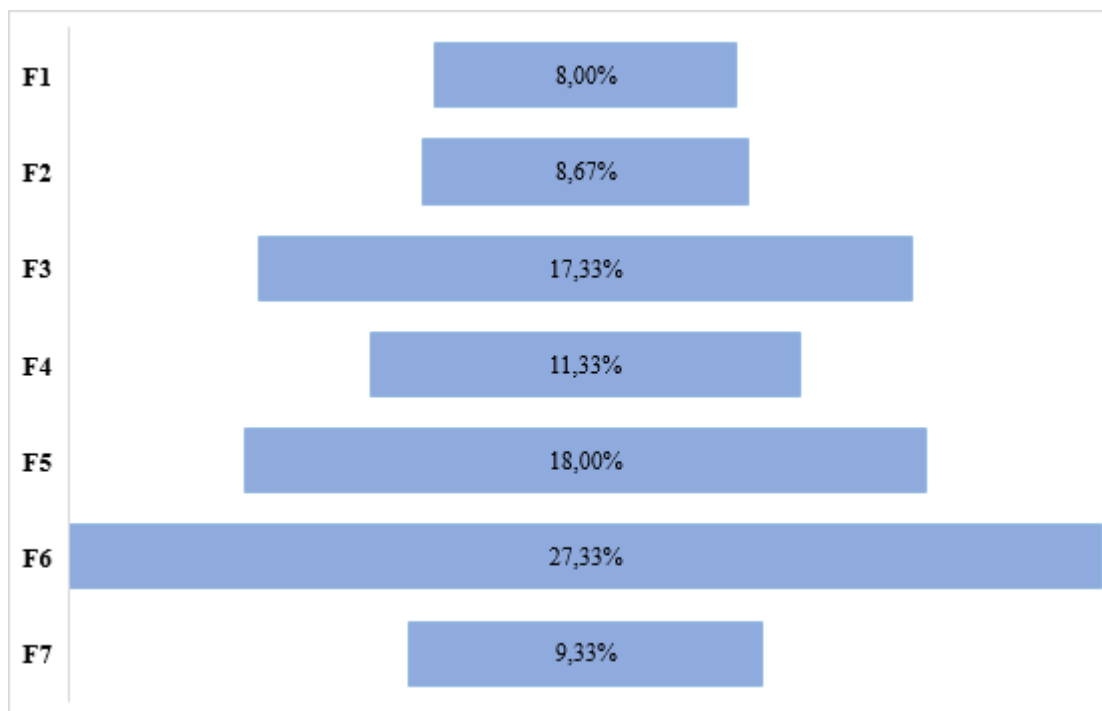


Legenda: F1(Até 1,5 salário mínimo - até R\$ 1567,50) F2(1,5 a 3 salários mínimos - R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00), F3(De 3 a 4,5 salários mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50), F4(De 4,5 a 6 salários mínimos - R\$ 4.702,50 a R\$ 6.270,00), F5(De 6 a 10 salários mínimos - R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00),F6(De 10 a 30 salários mínimos - R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00), F7(Acima de 30 salários mínimos - mais de R\$ 31.350,00)

Fonte: Elaborado pelos autores

Podemos observar no gráfico 5 que dentro do grupo dos empreendedores que declararam a renda, a grande parte está concentrada nas maiores rendas, 41,67%, na Faixa 6, ou seja, possuem uma renda entre 10 a 30 salários mínimos - R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00, em segundo com 19,64% estão os empreendedores da Faixa 5, com uma renda entre 6 a 10 salários mínimos - R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00 e em terceiro, na Faixa 7, com 16,67% dos empreendedores estão aqueles que declararam uma renda Acima de 30 salários mínimos - mais de R\$ 31.350,00. Ao passo que apenas 2,38% declararam possuir uma renda na Faixa 1, ou seja, até 1,5 salário-mínimo - até R\$ 1567,50.

Gráfico 6 - Faixa de Renda Familiar dos Empreendedores



Legenda: F1(Até 1,5 salário mínimo - até R\$ 1567,50) F2(1,5 a 3 salários mínimos - R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00), F3(De 3 a 4,5 salários mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50), F4(De 4,5 a 6 salários mínimos - R\$ 4.702,50 a R\$ 6.270,00), F5(De 6 a 10 salários mínimos - R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00),F6(De 10 a 30 salários mínimos - R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00), F7(Acima de 30 salários mínimos - mais de R\$ 31.350,00)

Fonte: Elaborada pelos autores

No caso da renda da família dos empreendedores, o cenário é semelhante aos dos empreendedores, a maior está enquadrada na Faixa 6, seguida para a Faixa 5, porém em terceiro, são aqueles que declararam a renda da família entre 3 a 4,5 salários mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50, ou seja, Faixa 3. Apenas 8% declararam que a família enquadrada na Faixa 1. Quando comparamos os gráficos 5 e 6 podemos notar que houve uma ascensão social dos empreendedores em relação a renda familiar,.

4.2 Manifestação do Capital Econômico e a Conversão em Capital Cultural

A ACM permite observarmos a proximidade e a relação entre um conjunto de variáveis (GREENACRE, 1981; LEBART; MORINEAU; WARWICK,1984), dessa forma para a construção dos gráficos que serão apresentados nas próximas seções foram

possuem mestrado ou doutorado, que estudaram em universidades públicas e/ou universidades no exterior, a escolaridade dos pais é ensino superior incompleto, os pais são profissionais liberais, empresários ou gerentes na iniciativa pública, as mães ocupam cargos de gerência na iniciativa privada ou são profissionais liberais.

Quando se trata da motivação *Criar algo que tenha impacto positivo na sociedade e na vida das pessoas*, estão associados os empreendedores que concluíram o superior e os empreendedores que cursaram especialização, estudaram em universidades privadas, se associam as mães com ensino superior incompleto e que são empresárias.

Por último, próximas as motivações *Flexibilidade e autonomia* e *Solução de um problema que gerou uma oportunidade de negócio* estão agrupados os empreendedores que possuem ensino superior e estudaram em universidades privadas, vale destacar que se associam as mães que concluíram o ensino superior ou possuem pós-graduação, pertencem ao grupo que atuam como funcionárias públicas ou professoras universitárias, com relação aos os pais, quando se trata da escolaridade possuem ensino superior ou pós-graduação, e atuam profissionalmente como gerentes na iniciativa privada.

No quadrante superior direito (G2) observamos os grupos de variáveis dos empreendedores que estão relacionadas a motivação *Identificação de uma oportunidade de negócio*, em que há uma proximidade de empreendedores cuja família possui renda nas faixas F3 (De 3 a 4,5 salários mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50) e F4 (De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 4.702,50 a R\$ 6.270,00), e a renda dos empreendedores se situam nas faixas F1 (Até 1,5 salário mínimo - até R\$ 1.567,50), F2 (De 1,5 a 3 salários mínimos - R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00) e F5 (De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00), observamos que a família possui médio capital econômico e os empreendedores ocupam as faixas do baixo capital econômico e médio capital econômico. Quando se trata da escolaridade da mãe e do pai, observamos que possuem ensino médio, são funcionários da iniciativa privada ou ainda são mães que não possuem ocupação.

Nesse grupo observamos mais um agrupamento (G3) de indivíduos cuja motivação para empreender foi *Possibilidade de independência*, nesse grupo estão associadas as famílias com rendas nas faixas F1 (Até 1,5 salário mínimo - até R\$ 1.567,50) e F2 (De 1,5 a 3 salários mínimos - R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00), ou seja, baixo capital econômico, já os empreendedores estão associados às faixas de renda F3 (De 3 a 4,5 salários mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50) e F4 (De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$

4.702,50 a R\$ 6.270,00), quando se trata da escolaridade da mãe e do pai observamos que possuem ensino fundamental, e não informaram a profissão da mãe.

Outros dois agrupamentos com menor representatividade são observados na interseção do quadrante superior esquerdo com o quadrante inferior esquerdo (G4), que estão o conjunto de variáveis que se associam a motivação *Desemprego*, podemos notar que são empreendedores com nível de escolaridade ensino médio, profissão do pai é funcionário público ou carreira militar, quando se trata da profissão da mãe, a profissão que mais exerce influência são as mães professoras. Por último, ainda no quadrante inferior esquerdo, G5, observamos a motivação *Dar continuidade aos negócios da família*, as variáveis que estão mais próximas são profissão do pai, professor ou professor universitário e profissão da mãe gerente na iniciativa privada.

Os principais grupos em que podemos observar as maiores tensões entre as variáveis e que são mais representativas para o nosso trabalho são o G1, G2 e G3. O G1 está relacionado ao maior capital econômico e cultural da família e podemos observar a conversão em alto cultural e econômico dos empreendedores, logo observamos a reprodução social das posições no espaço social. O G2 se associa ao médio capital econômico, em que a família possui um perfil de classe média, tanto de rendimentos como de ocupação profissional. Já o G3 é um grupo que apresenta um cenário de mobilidade social, já que a família possui baixo capital econômico e baixa escolaridade e os empreendedores se associam ao médio capital econômico.

Já o grupo G4, que se relaciona com a motivação *desemprego*, se aproxima dos empreendedores com nível médio, aqui vale um adendo, apesar da motivação *desemprego* aparecer em destaque nesse grupo, para essa pesquisa podemos considerar como *outliers*, já que apenas 5 dos 192 empreendedores entrevistados possuem nível médio e 10 não declararam nível de escolaridade, ou seja, um pouco mais de 90% dos participantes possuem nível superior, o que reforça a influência do capital econômico e cultural para o empreendedorismo. Por fim, o G5 é um grupo que possui menos tensão entre as variáveis e está relacionado a família com alto capital cultural.

Legenda:

Escolaridade do empreendedor	Profissão antes de empreender	Não	Sim	Empreendedor na família
Ensino superior	Estudante	Não	Sim	Fez parte de associações durante a universidade
Ensino médio	Gerente Iniciativa Privada	Não	Sim	Redes formadas durante a formação acadêmica incentivaram a atividade empreendedora
Especialização	Funcionário Iniciativa Privada	Não	Sim	Faz parte de organizações que promove o empreendedorismo
Mestrado	Gerente Setor Público	Não	Sim	Participa de algum ecossistema
Doutorado	Professor(a) Universitário			
	Professor(a)			
	Profissional Liberal			
Contribuição da trajetória profissional	Atuação da família na atividade empreendedora			
Conheceu sócios	Não	Qualificação Gestão e Técnica		Tipo de Universidade
Habilidades técnicas	Incentivo para empreender	Redes de contato		Pública
Não contribuiu	Redes sociais e apoio	Compreender papel como agente de mudança		Privada
Identificar uma oportunidade de mercado	Conhecimento	Incentivo para empreender		Exterior
Acesso a redes sociais	Conhecimento sobre a área da startup	Não contribuiu		
Habilidades gerenciais	Recursos financeiros			

Fonte: Elaborado pelos autores

A partir da ACM conseguimos identificar três associações de variáveis que possuem mais proximidade e influência entre elas (G1, G2 e G3), nomeamos de grupos 1,2 e 3.

O primeiro agrupamento (G1), pode ser identificado no quadrante superior esquerdo, estão associados os atores que não possuem empreendedores na família, que antes de empreender ocuparam cargos de gerência no setor público, funcionários da iniciativa privada e os profissionais liberais. Para esses empreendedores a trajetória profissional contribuiu com a atividade empreendedora por meio do desenvolvimento das habilidades técnicas e gerenciais.

Quando se trata da trajetória acadêmica e das redes de contato formadas nesse período, esses empreendedores consideram que não houve contribuição para a atividade empreendedora. São atores que não fizeram parte de associações dentro das universidades, e atualmente não fazem parte de nenhum ecossistema empreendedor e nem de organizações que promovem o empreendedorismo.

No quadrante inferior esquerdo (G2), identificamos os empreendedores associados ao alto capital cultural, com nível escolar de ensino superior com especialização e estudaram em universidades privadas. Ao contrário do primeiro grupo, esse grupo considera que houve uma contribuição da trajetória acadêmica por meio do incentivo para

empreender, ajudando o ator a se reconhecer como um agente de mudança e como contribuir positivamente para sociedade.

Quando se trata da atuação profissional, são empreendedores que anteriormente a fundação das *startups* ocuparam cargos de gerência na iniciativa privada, o que contribuiu com o desenvolvimento de habilidades gerenciais e ajudou a compreender o mercado resultando na identificação de uma oportunidade de negócio. Ainda, a família contribuiu com o acesso a redes de contato e de apoio, com conhecimento sobre empreendedorismo e com capital financeiro, ou seja, as redes sociais familiares lhes permitiram a mobilização de capital social, e a conversão desse capital em capital cultural e capital econômico

Na intersecção entre os quadrantes inferior e superior direto (G3) estão os empreendedores que também possuem alto capital cultural com mestrado, estudaram em universidades públicas, e assim como o grupo 2 consideram que a formação acadêmica contribuiu com a atividade empreendedora, por meio da qualificação técnica e possibilitando o acesso a formação de rede de contatos, que contribuiu para a atividade empreendedora.

Possuem empreendedores na família e contaram com apoio e suporte da família para empreender, além de conhecimento sobre a área de atuação da startup. São empreendedores que fazem parte de algum ecossistema empreendedor e de organizações que promovem o empreendedorismo, e fizeram parte de associações universitárias, ou seja, estão inseridos em espaços que promovem a criação e o fortalecimento das redes sociais e consequentemente convertem o capital cultural em capital social.

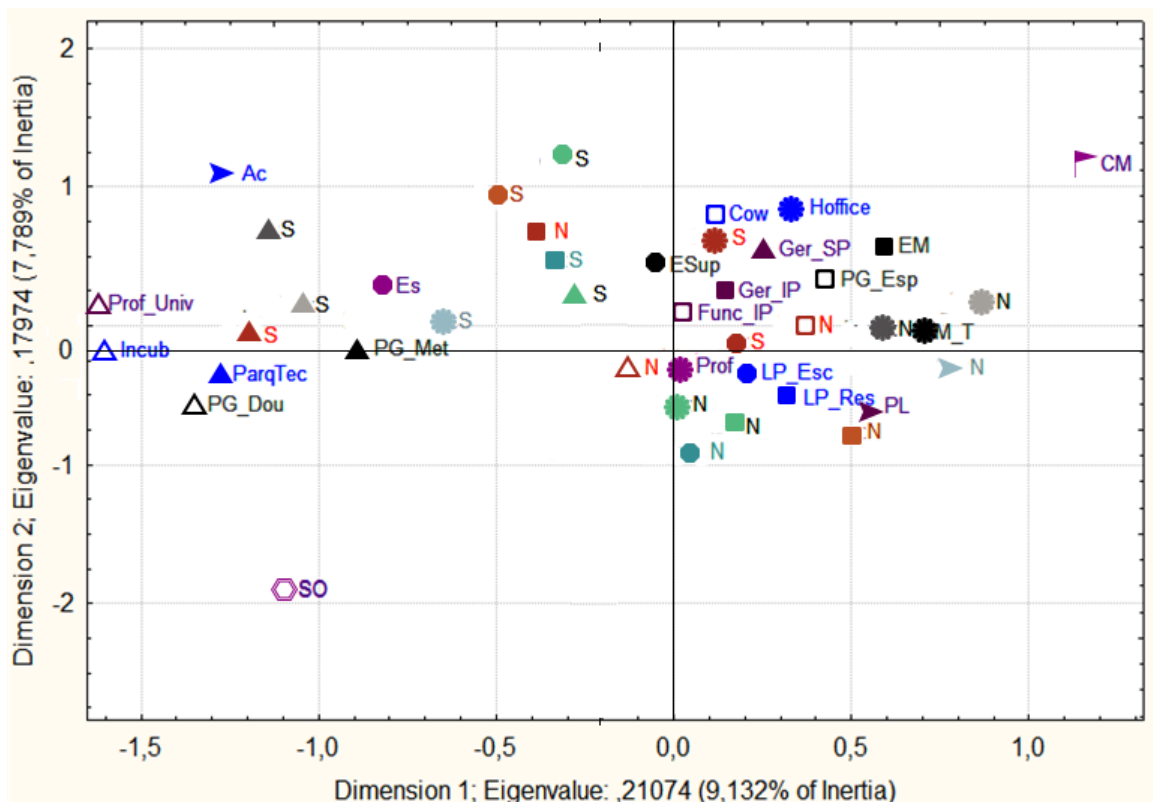
Logo, nos agrupamentos observados se destacam dois grupos de empreendedores, no agrupamento G1 estão os atores que não possuem empreendedores na família e não consideram relevante a trajetória acadêmica, desenvolveram capital humano, por meio do exercício da profissão e, que não foi possível observar a conversão do capital cultural em social. Já o segundo grupo, representados pelos agrupamentos G2 e G3, a trajetória acadêmica foi relevante para atividade empreendedora e há empreendedores na família, podemos observar então a conversão do capital cultural em capital social.

Observamos ainda a presença de outras variáveis que estão em posições periféricas na ACM, não sendo representativas para a análise.

4.4 Manifestação do Capital Cultural e Social e a conversão em Capital Econômico e Simbólico

Os capitais não atuam de forma isolada, eles podem ser combinados, resultando na conversão e no acesso a outros capitais, por exemplo, o capital cultural quando combinado ao capital social possibilita o acesso a outros capitais, como o capital econômico (ANDERSON; MILLER, 2003; BHAGAVATULA *et al.*, 2010; RAUCH *et al.*, 2005). De acordo com a literatura, os capitais podem ser combinados, dessa forma buscamos identificar e analisar se há na trajetória dos empreendedores a combinação do capital cultural e o do capital social e a conversão desses capitais em capital econômico, conforme figura 3.

Gráfico 9 - Combinação do Capital Cultural e Capital Social e a Conversão em Capital Econômico e Simbólico



Legenda

Profissão antes de se tornar empreendedor	Local onde a startup está instalada	Escolaridade do Empreendedor	Tipo de capital investido na startup	Participa/Participou de:
● Estudante	● Local Próprio - Escritório	● Ensino superior	● Próprio e família - Sim	● Não Sim
■ Gerente Iniciativa Privada	■ Local Próprio - Residência	■ Ensino médio	■ Próprio e família - Não	■ Organizações que promovem o empreendedorismo
□ Funcionário Iniciativa Privada	□ Coworking	□ Especialização	□ Público - Não	■ Ecossistema
▲ Gerente Setor Público	▲ Parque Tecnológico	▲ Mestrado	▲ Público - Sim	▶ Eventos
△ Professor(a) Universitário	△ Incubadora	△ Doutorado	△ Privado - Não	■ Aceleração
✿ Professor(a)	✿ Home office	✿ EM Técnico	✿ Privado - Sim	■ Mentorias
▶ Profissional Liberal	▶ Aceleradora			■ Editais de agência de fomento
▴ Carreira Militar				■ Incubação
◇ Sem ocupação				

Fonte: Elaborado pelos autores

Para observar o **capital cultural** utilizamos a escolaridade e a profissão dos empreendedores, para o **capital social** utilizamos as variáveis localização da *startup*, participação em organizações que promovem o empreendedorismo, participação em ecossistemas de empreendedorismo, participação em eventos que promovem o empreendedorismo, participação em programas de incentivo ao empreendedorismo - incubação, aceleração, mentorias e editais de agências de fomento - e o **capital econômico** por meio do tipo de capital investido na *startup*.

No gráfico 9 é possível identificar dois agrupamentos, no quadrante esquerdo (G1) estão os empreendedores associados ao alto capital cultural, ou seja, possuem alto nível de escolaridade, mestrado e doutorado, que reflete na ocupação profissional, são professores universitários e estudantes, as respectivas *startups* estão localizadas em organizações de apoio, como incubadoras, parques tecnológicos, aceleradoras. Os empreendedores desse grupo participam ou já participaram de programas de incubação, aceleração ou mentorias, ou seja, possuem acesso a rede de contatos e alto capital social.

Além disso, os empreendedores desse grupo fazem parte de ecossistemas de empreendedorismo, organizações que promovem o empreendedorismo, como o SEBRAE, e participam de eventos. O recurso financeiro investido na *startup* é capital público, ou seja, são advindos de editais de agências de fomento, como a FAPESP e a FINEP.

Podemos notar que a trajetória acadêmica desses empreendedores, possibilitou a mobilização de capital cultural e a sua conversão em capital simbólico, por meio dos títulos acadêmicos – doutorado e mestrado, fato que se confunde com a fundação e o desenvolvimento das *startups*, uma vez que elas estão localizadas em organizações que na

maioria das vezes estão vinculadas a universidades e centros de pesquisa, que por sua vez facilitam o acesso a recursos financeiros públicos, ou seja, conversão em capital econômico, muitas vezes obtidos por meio de editais de agência de fomento, devido a familiaridade com regras e linguagem específicas para submissão de projetos, frequentemente semelhantes aos projetos acadêmicos.

Por outro lado, no quadrante direito (G2) estão empreendedores associados a alto e médio capital cultural, com pós-graduação lato sensu, ensino superior, ensino médio técnico e ensino médio, podemos observar que o capital cultural e social se manifesta de forma diferente. Quando se trata da trajetória profissional, esses empreendedores ocupam cargos de gerência na iniciativa privada, gerência no setor público, funcionários da iniciativa pública, professor ou são profissionais liberais. São atores que exerceram atividades profissionais fora do meio acadêmico, ou seja, possuem capital humano derivado da experiência profissional no mercado.

Essa trajetória profissional, distinta dos empreendedores situados no Grupo 1, reflete de forma diferente nas *startups*, e na combinação entre o capital cultural e humano com o capital social. As *startups* estão localizadas em escritórios próprios, residência dos empreendedores ou *coworkings* (espaço de trabalho coletivo), esse último tipo de espaço está relacionado ao capital social, que por meio das redes sociais e interações promovidas nesses espaços, facilitam o acesso ao capital financeiro privado derivado de investidores.

Ainda, esse grupo está associado a capital de origem própria e/ou familiar e não ao capital público, fato que pode estar relacionado ao fato desses empreendedores não possuírem uma longa trajetória acadêmica e assim não reconhecerem os códigos para acessar esse tipo de capital, diferentemente do G1.

No sentido oposto do Grupo 1, os empreendedores desse grupo não estão associados aos programas de incubação, aceleração, mentorias e editais de agências de fomento, assim como também não estão inseridos em ecossistemas de inovação e empreendedorismo, não fazem parte de organizações que estimulam o empreendedorismo e não participam de eventos.

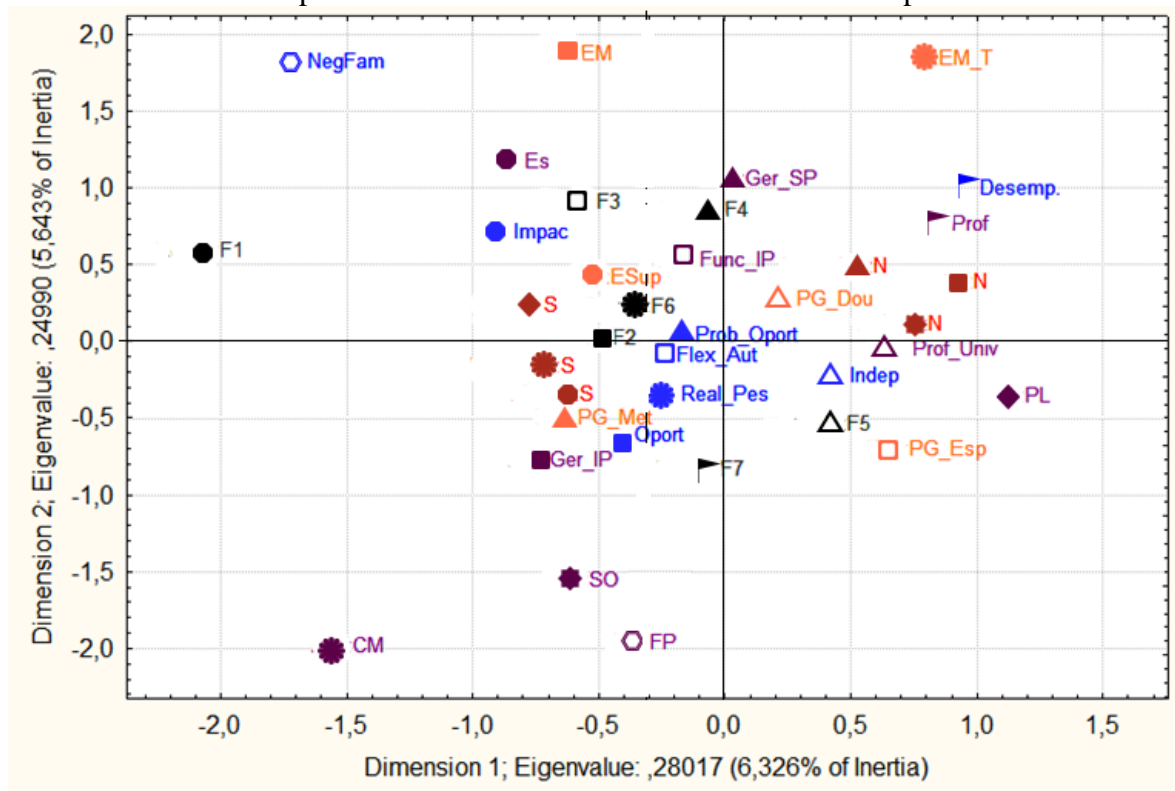
Por fim, quando comparamos os dois grupos de empreendedores, é possível observar que a trajetória acadêmica e até mesmo trajetória profissional, são fatores de distinção, permite ao G1, que possui alto capital cultural e capital simbólico, acesso a redes sociais, organizações de apoio e até mesmo a um tipo específico de capital, por outro lado,

os empreendedores do Grupo 2, apesar da escolaridade, possuem uma trajetória profissional voltada ao mercado, ou seja, estão relacionados ao capital humano, têm dificuldade em acessar organizações de apoio, redes de contato e o capital público derivado de agências de fomento.

4.5 Manifestação do Capital Cultural e Econômico e a Conversão em Capital Simbólico

Nesse item buscamos compreender como ocorre a conversão do capital simbólico a partir do **capital cultural** e **capital humano**, por meio da escolaridade e da profissão do empreendedor, **capital econômico**, considerando a renda e o **capital simbólico**, através de variáveis relacionadas a reconhecimento e prestígio, como atuação como mentor, recebimento de prêmios e se considerar um produtor de conteúdo. Ainda, optamos por incluir a motivação do empreendedor para a fundação da *startup*, uma vez que está relacionada diretamente a origem social como apontado por Vale (2014) e Vale *et. al.*, (2014).

Gráfico 10 - Capital Econômico e cultural e a conversão em capital simbólico



Legenda

Motivação

● Impacto

■ Oportunidade

□ Flexibilidade e Autonomia

▲ Oportunidade por meio de um problema

△ Independência

⊗ Realização pessoal

▬ Desemprego

○ Negócios da família

Escolaridade do empreendedor

● Ensino superior

■ Ensino médio

□ Especialização

▲ Mestrado

△ Doutorado

⊗ EM - Técnico

Profissão antes de empreender

● Estudante

■ Gerente Iniciativa Privada

□ Funcionário Iniciativa Privada

▲ Gerente Setor Público

△ Professor(a) Universitário

⊗ Carreira Militar

▬ Professor(a)

○ Funcionário(a) Público

◆ Profissional Liberal

⊗ Sem ocupação

Sim ● Não ■ Atua/atuou como mentor

Sim ◆ Não ⊗ Já recebeu prêmios

Sim ⊗ Não ▲ É um produtor(a) de conteúdo sobre empreendedorismo

Renda do empreendedor (salário-mínimo)

● até 1,5

■ 1,5 a 3

□ 3 a 4,5

▲ 4,5 a 6

△ 6 a 10

⊗ 10 a 30

▬ +30

Fonte: Elaborado pelos autores

No gráfico 10, obtido pela ACM, observamos que os agrupamentos mais significantes são um agrupamento (G1) em que as variáveis estão mais concentradas próximo à interseção dos quadrantes superior e inferior esquerdo, onde estão localizadas as motivações i) *solução de um problema que gerou uma oportunidade de negócio*; ii) *flexibilidade de trabalho e autonomia*; iii) *Realização pessoal*; e iv) *oportunidade*

Nesse primeiro agrupamento estão os empreendedores relacionados ao alto capital intelectual, que se manifesta pelo nível de escolaridade de ensino superior ou mestrado; antes de empreender ocupavam funções de funcionários na iniciativa privada ou gerência na iniciativa privada. O capital econômico se manifesta pela renda, nesse grupo observamos empreendedores com alto capital econômico, são aqueles associados a faixa F7, ou seja, rendimentos acima de 30 salários-mínimos (R\$ 31.350,00) e F6 (De 10 a 30 salários-mínimos - R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00), e empreendedores com baixo capital econômico F2 (1,5 a 3 salários-mínimos - R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00).

Quando se trata do capital simbólico, os empreendedores associados a esse grupo já receberam algum tipo de prêmio de reconhecimento pela sua atividade empreendedora, são considerados produtores de conteúdo sobre empreendedorismo, e atuam ou já atuaram como mentores para novos empreendedores. Podemos observar que esses empreendedores converteram o capital cultural e o capital humano em capital simbólico.

No segundo agrupamento(G2), observamos os empreendedores relacionados a motivação *possibilidade de independência*, estão associados ao alto capital cultural, já que a escolaridade é ensino superior com especialização, e quando se trata da trajetória profissional antes de empreender, são atores que indicaram serem professores

universitários ou profissionais liberais. Observamos que nesse grupo a variável de renda mais próxima é a faixa 5 (6 a 10 salários-mínimos - R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00), ou seja médio/alto capital econômico.

No mais observamos agrupamentos com menor tensão entre as variáveis, quadrante superior esquerdo (G3), próximo a motivação impacto, estão atores que eram estudantes antes de empreender e com a renda na faixa 3 (3 a 4,5 salários-mínimos - R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50) e no quadrante superior direito (G4), próximo a motivação *desemprego*, são atores que ocuparam posição como professor, não atuaram como mentores, não receberam prêmios por sua atividade enquanto empreendedores e não são considerados produtores de conteúdo sobre empreendedorismo, não sendo possível identificar a manifestação do capital simbólico nesse grupo.

5. Discussão

De acordo com os dados coletados e analisados em duas etapas, por meio de análise descritiva e com o emprego da análise de correspondência múltipla, pudemos observar características e fragmentos das trajetórias do grupo estudado sendo possível identificar a mobilização e a conversão de capitais e como esses atores estão posicionados no espaço social.

A nossa amostra foi majoritariamente de empreendedores no estado de São Paulo, que pode estar relacionado aos grandes investimentos em tecnologia e inovação, criando um ambiente propício para o surgimento das *startups* de tecnologia, e relevância econômica do estado. Por outro lado, pode revelar uma segregação geográfica, que dificulta o empreendedorismo em outras localidades. Identificamos 17 áreas de atuação das *startups*, sendo que as maiores concentrações estão no setor de serviços, educação, saúde e tecnologia da informação.

O grupo respondente é formado majoritariamente por empreendedores que se identificam com o gênero masculino, que se declaram brancos e que possuem ao menos nível superior, reforçando um sistema de dominação, como apontado por Ogbor, (2000), Bowman (2007), Jones (2014) e Karataş-Özkan e Chell (2015). Apesar da predominância masculina, os maiores níveis de escolaridade, ou seja, mestrado ou doutorado, estão entre as empreendedoras que se identificam com o gênero feminino, demonstrando que esse grupo se vale do alto capital cultural para validar sua posição no espaço social.

Quando se trata da renda, 54,66% dos entrevistados que declararam a renda da família nas maiores faixas F7 (Acima de 30 salários-mínimos), F6 (De 10 a 30 salários-mínimos) e F5 (De 6 a 10 salários-mínimos), já quando se trata da renda dos empreendedores, 78% se enquadram nessas faixas, que são os maiores rendimentos.

Ao analisar a escolaridade dos pais, em que 50% possuem ao menos nível superior, podemos observar que esses dados corroboram com os trabalhos de Vale (2014), em que a escolaridade dos pais reflete na escolaridade dos filhos, no caso mais de 90% dos empreendedores possuem ao menos nível superior, e estão enquadrados nos maiores rendimentos, sendo possível observar a transmissão do capital econômico entre gerações, como apontado por Corak (2006).

Os empreendedores com a maior escolaridade estão relacionados aos pais que possuem sólida trajetória profissional, em que as mães ocuparam posições de gerência na iniciativa privada, são profissionais liberais, funcionárias do setor público ou professoras universitárias e os pais são empresários, profissionais liberais, gerentes na iniciativa privada ou na iniciativa pública. Quando comparamos as duas gerações, podemos notar que houve além da reprodução social familiar também uma melhoria da posição social (BOURDIEU, 1986).

Logo, pudemos observar que há um processo de mobilização de capital ao longo da trajetória dos empreendedores e que está relacionada diretamente com sua posição social e econômica bem como a de sua família, conforme apontado por Vale (2014) e Glover (2013). O capital econômico, a partir da renda, se converte em capital cultural, garantindo acesso a educação de qualidade, em instituições de prestígio, quando se comparado com a realidade brasileira, esse grupo representa a minoria pertencente a maiores classes sociais, assim como nos achados de Jayawarna *et al.*, (2014) e Çakmak *et al.*, (2019), atores advindos de classes sociais mais altas, têm mais chances de empreender, ainda de acordo com Lee e Shaw (2015), tendem a empreender em áreas mais técnicas, nesse trabalho pudemos observar essa constatação, por meio das *startups* de tecnologia, para se legitimar no espaço social.

Identificamos dois tipos de trajetórias entre os empreendedores. Um tipo são os empreendedores que possuem uma trajetória acadêmica consolidada e que se confunde com a sua atuação profissional, esse empreendedores possuem uma sólida rede de contato e assim acessam capital social, que se reflete nas *startups*, pois a maioria está instalada em

espaços como as incubadoras e os parques tecnológicos, que facilitam o acesso aos recursos necessários para o desenvolvimento do negócio (ÇAKMAK *et al.*, 2019). Além disso, fazem parte de ecossistemas e de organizações de apoio ao empreendedorismo, são reconhecidos por meio de premiações, atuando como mentores e produtores de conteúdo, portanto, construíram capital simbólico e converteram o capital cultural em capital simbólico. Logo, como afirma Çakmak *et al.*, (2018) quanto maior o nível educacional maior é o capital simbólico.

Esse capital simbólico, associado ao capital cultural, é empregado em estratégias para acessar recursos para a *startups*. São empreendedores que conseguem acessar um tipo muito específico de recurso financeiro, aqueles oriundos de agência de fomento, pois a trajetória acadêmica facilita compreender os editais e a linguagem, ou seja as regras do jogo, como colocado por Bjerregaard e Luring (2012) o capital simbólico é fundamental no desenvolvimento de novos negócios e no acesso ao recurso financeiro.

O segundo tipo, são os empreendedores que apesar de possuírem alto capital cultural desenvolveram uma trajetória profissional, antes da *startup*, fora do ambiente acadêmico, o capital cultural lhes possibilitaram exercer profissão e assim mobilizar e desenvolver capital humano, que é importante para a fundação de um novo negócio, de acordo com Davidsson e Honig (2003) e Çakmak *et al.*, (2019). Para esses empreendedores a trajetória profissional contribuiu com desenvolvimento das habilidades técnicas e gerenciais que foram empregadas na *startup*, além disso, foi por meio dessa trajetória que encontraram uma oportunidade de negócio e optaram por empreender e construíram suas redes de contatos assim capital social.

As respectivas *startups* estão localizadas em escritórios próprios ou *coworking*, de acordo com Caris *et al.*,(2017) esses espaços de trabalho coletivos são fontes de recursos, logo esses empreendedores fazem parte de redes de contatos variadas, no qual mobilizam capital social. Por meio dessas redes e do capital social, esses empreendedores têm acesso a investidores privados, e assim conseguem obter recursos financeiros, ainda, esses empreendedores acessam as redes familiares para obter recursos financeiros. Logo conversão do capital social e capital econômico. Não conseguimos observar um alto capital simbólico nesse grupo, apesar dos títulos acadêmicos.

6. Conclusões e limitações

Esse trabalho buscou compreender se o espaço social e os capitais que os empreendedores acessaram ao longo de suas trajetórias facilitaram o acesso aos recursos e capitais para a fundação e o desenvolvimento das *startups*.

Apesar de identificarmos duas trajetórias no grupo estudado, pudemos observar os capitais econômico, cultural, humano, social e simbólico que esses empreendedores mobilizaram e converteram ao longo de suas trajetórias. Esses capitais contribuíram diretamente para a fundação e o desenvolvimento da *startup*, seja pelo acesso a recurso financeiro, pelo acesso a educação de elite, já que esse grupo majoritariamente possui ao menos ensino superior e assim empregaram conhecimento e habilidades na *startup*, seja pelo acesso a redes de contato, ou ainda pelo reconhecimento desses atores que os legitimam como empreendedores no espaço social.

Essa pesquisa ajuda a demonstrar que esse tipo de empreendedorismo tem uma relação muito baixa com a motivação desemprego, e quando isso acontece está relacionado a falta de capital econômico e até mesmo capital cultural, que no caso da nossa amostra é uma minoria dos empreendedores. Por outro lado, se relaciona com empreender por oportunidade, ou seja, por meio da possibilidade de escolha, e a partir disso por diferentes motivações, está relacionado a capital econômico e cultural, uma vez que as atividades desenvolvidas na *startup* demandam alto capital intelectual para garantir soluções robustas e com potencial de impacto.

Além disso, a nossa pesquisa ajuda a ilustrar quem são esses empreendedores, demonstrando que não se trata de um grupo heterogêneo, mas sim, com muitas características semelhantes, observamos que a maioria está situado em grupos de elite, ou seja, há uma reprodução dos capitais, dessa forma o espaço social onde esses atores estão inseridos contribuiu no acesso e na mobilização de capitais que foram empregados na fundação e no desenvolvimento das *startups*.

Sugerimos como trabalhos futuros ampliar o número de empreendedores estudados, como forma de compreender os diferentes contextos geográficos do país e suas particularidades e assim compreender a dinâmica da distribuição de capitais e como os formuladores de políticas públicas podem elaborar estratégias para o desenvolvimento social e cultural (educação) de diversos atores possibilitando acesso mais igualitário aos

capitais, em que o empreendedorismo passa a ser uma opção de escolha. Como limitação, apesar do número de respondentes, acreditamos que uma amostra que represente geograficamente o país, nos dê mais informações sobre a realidade e a distribuição dos capitais.

Referências

ACS, Z.J.; AUDRETSCH, D.B. **Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction**. 2 ed. Springer Science & Business Media, 2010.

ACS, Z.L.; SZERB, L. Entrepreneurship, economic growth and public policy. **Small Business Economics**, v. 28, p. 109-122, 2007. DOI: [10.1007/s11187-006-9012-3](https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3)

ANDERSON, A.R. Conceptualising entrepreneurship as economic ‘explanation’ and the consequent loss of “understanding”. **International Journal of Business and Globalisation**, v. 14, n° 2, p.145–157, 2015. DOI: [10.1504/IJBG.2015.067432](https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.067432).

ANDERSON, A. **The economic reification of entrepreneurship: re-engaging with the social**. In: A. Fayolle, & Riot, P. (Eds.) *Rethinking entrepreneurship: debating research orientations*, p. 44-56. Abingdon: Routledge, 2015.

ANDERSON, A.R.; MILLER, C.J. “Class matters”: Human and social capital in the entrepreneurial process. **The Journal of Socio-Economics**, v. 32, p. 17-36, 2003. DOI: [10.1016/S1053-5357\(03\)00009-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00009-X).

ANDERSSON, Cuervo-Cazurra. Nielsen (2014) Andersson, U., Cuervo-Cazurra, A., & Nielsen, BB (2014). **Exploring interaction effects with and across levels of analysis**. **Journal of International Business Studies**, v. 45, n. 9, p. 1063-1071.

AUTIO, E.; YLI-RENKO, H. New, technology-based firms in small open economies—An analysis based on the Finnish experience. **Research Policy**, v. 26, n° 9, p. 973–987, 1998.

BASOV, N. The ambivalence of cultural homophily: Field positions, semantic similarities, and social network ties in creative collectives. **Poetics**, v. 78, 101353, 2019. DOI: [10.1016/j.poetic.2019.02.004](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.02.004).

BHAGAVATULA, S., *et al.* How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n° 3, p. 245-260, 2010. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2008.10.006](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.006).

BIRD, M.; WENNERBERG, K. Regional influences on the prevalence of family versus non-family start-ups. **Journal of Business Venturing**, v. 29, n° 3, p. 421-436, 2014. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2013.06.004](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.004).

BISIGNANO, A.P.; EL-ANIS, I. Making sense of mixed-embeddedness in migrant informal enterprising: the role of community and capital. **International Journal of**

Entrepreneurial Behavior & Research, v. 25, nº. 5, p. 974-995, 2019. DOI: [10.1108/IJEBR-03-2018-0114](https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0114).

BJERREGAARD, T.; LAURING, J. The socially-dynamic entrepreneurial process: An anthropological approach. **International Journal of Entrepreneurial Venturing**, v. 4, nº. 2, p. 132-147, 2012. DOI: [10.1504/IJEV.2012.046518](https://doi.org/10.1504/IJEV.2012.046518).

BONAMINO, A., *et al.* Os efeitos das diferentes formas de capital no desempenho escolar: um estudo à luz de Bourdieu e de Coleman. **Revista Brasileira de Educação**, v. 15, nº. 45, p. 487-499, 2010.

BOURDIEU, P. **The forms of capital**. In: J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, p. 241-258. Greenwood Ln, 1986

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2007. 560 p.

BOURDIEU, P.. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Papyrus Editora, 1996.

BOURDIEU, P.; PASSERON, J.C. **Os herdeiros**. EDUFSC, Florianópolis, 2014.

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L.J.D. **An invitation to reflexive sociology**. University of Chicago Press, 1992.

BRAIDFORD, P.; DRUMMOND, I.; STONE, I. The impact of personal attitudes on the growth ambitions of small business owners. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 24, nº. 4, p. 850-862, 2017. DOI: [10.1108/JSBED-02-2017-0035](https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0035).

BULST, N. Sobre o objeto e o Método da Prosopografia. **Politeia: Historia e Sociologia**, v. 5, n. 1, p. 47-67, 2005.

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; McCABE, S. Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. **Annals of Tourism Research**, v. 72, p. 37-47, 2018. DOI: [10.1016/j.annals.2018.06.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.003).

ÇAKMAK, E.; LIE, R.; SELWYN, T. Informal tourism entrepreneurs' capital usage and conversion. **Current Issues in Tourism**, v. 22, nº. 18, p. 2250-2265, 2019. DOI: [10.1080/13683500.2018.1448763](https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448763).

CALHOUN, C. 'Belonging' in the cosmopolitan imaginary. **Ethnicities**, v. 3, nº. 4, p. 531-553, 2003. DOI: [10.1177/1468796803003004005](https://doi.org/10.1177/1468796803003004005).

CARIS, L.Z.; RABY, N.L.; MARTÍNEZ, D.G. Medición del capital social en los principales espacios de Coworking de la Región de Valparaíso-Chile. **Gestion & Sociedad**, v. 1, nº. 1, p. 8-26, 2017.

CARVALHO, H. **Análise multivariada de dados qualitativos: utilização da HOMALS com o SPSS**. Lisboa: Silabo, 2004. 228 p.

CASTILLA, E.J. *et al.* **Social Networks in Silicon Valley**. In: LEE, C.M. (Org.). **The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship**. Stanford: Stanford University Press, p. 218–247, 2020.

CHARLE, C. **A posopografia ou biografia coletiva: balanço e perspectivas**. In: HEINZ, F.M. (Org.). *Para uma outra história das elites. Ensaios de prosopografia e política*. Rio de Janeiro: FGV, p. 41-53, 2006.

CLOUGH, D.R., *et al.* Turning lead into gold: How do Entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? **Academy of Management Annals**, v. 13, n.º. 1, p. 240-271, 2019. DOI: [10.5465/annals.2016.0132](https://doi.org/10.5465/annals.2016.0132).

COLBARI, A.L.A. Retórica do Empreendedorismo e a Formação para o Trabalho na Sociedade Brasileira. **Revista Sinais**, v. 1, n.º. 1, 2007. DOI: [10.25067/s.v1i01.2681](https://doi.org/10.25067/s.v1i01.2681).

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94 (S95-S120), 1988. DOI: [10.1086/228943](https://doi.org/10.1086/228943).

CORRÊA, V.S.; VALE, G.M.V. Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias. **Revista de Administração**, v. 49, n.º. 1, p. 77–88, 2014.

CÔRTEZ, M.R., *et al.* Cooperação em empresas de base tecnológica uma primeira avaliação baseada numa pesquisa abrangente. **São Paulo em Perspectiva**, v. 19, n.º. 1, p. 85–94, 2005.

COSTA, A.D.S.M.; SARAIVA, S.L.A. Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. **Organization**, v. 19, n.º. 5, p. 587-614, 2012. DOI: [10.1177/1350508412448696](https://doi.org/10.1177/1350508412448696).

DAHLSTRAND, A.L.; STEVENSON, L. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. **Annals of Innovation & Entrepreneurship**, v. 1, n.º. 1, p. 5602, 2010. DOI: [10.3402/aie.v1i1.5845](https://doi.org/10.3402/aie.v1i1.5845).

DALMARCO, G.; HULSINK, W.; BLOIS, G.V. Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 135, p. 99-111, 2018. DOI: [10.1016/j.techfore.2018.04.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.015).

DAVIDSSON, P.; HONIG, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n.º. 3, p. 301-331, 2003. DOI: [10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6).

DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 25, n.º. 4, p. 81–100, 2001. DOI: [10.1177/104225870102500406](https://doi.org/10.1177/104225870102500406).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. Toward a practice perspective of entrepreneurship: Entrepreneurial legitimacy as habitus. **International Small Business Journal**, v. 27, n.º. 4, p. 395-419, 2009. DOI: [10.1177/0266242609334971](https://doi.org/10.1177/0266242609334971).

DE CLERCQ, D.; VORONOV, M. The role of domination in newcomers' legitimation as entrepreneurs. **Organization**, v. 16, n.º. 6, p. 799-827, 2009. DOI: [10.1177/1350508409337580](https://doi.org/10.1177/1350508409337580).

DE NOOY, W. Fields and networks: Correspondence analysis and social network analysis in the framework of field theory. **Poetics**, v. 31, n.º. 5-6, p. 305-327, 2003.

DRAKOPOULOU-DODD, S; JACK, S.; ANDERSON, A. R. From admiration to abhorrence: the contentious appeal of entrepreneurship across Europe. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 1-2, p. 69-89, 2013.

DVOULETÝ, O. Can policy makers count with positive impact of entrepreneurship on economic development of the Czech regions? **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 9, n.º. 3, 2017. DOI: [10.1108/JEEE-11-2016-0052](https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0052).

ELORZ, K.S. **Las empresas de base tecnológica: motor de futuro en la economía del conocimiento**. In: K. S. Elorz (Ed), *La creación de empresas de base tecnológica: una experiencia práctica*, p. 11-18. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN), 2013.

FLIGSTEIN, N. Habilidade social e a teoria dos campos. Fórum • Habilidade Social E a Teoria Dos Campos. **Rae**, v. 47, n.º. 2, p. 61-80, 2007.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. UEC, 2002.

FONTENELE, R.E.S. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n.º. 6, p. 1094-1112, 2010.

FREITAS, H., *et. al.* O método de pesquisa survey. **RAUSP**, São Paulo, v. 35, n.º. 3, jul/set. 2000.

FULLER, T.; TIAN, Y. Social and symbolic capital and responsible entrepreneurship: an empirical investigation of SME narratives. **Journal of Business Ethics**, v. 67, n.º. 3, p. 287-304, 2006. DOI: [10.1007/s10551-006-9185-3](https://doi.org/10.1007/s10551-006-9185-3).

GARTNER, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n.º. 4, p. 696-706, 1985. DOI: [10.2307/258039](https://doi.org/10.2307/258039).

GERGS, H.J. Economic, social, and symbolic capital: new aspects for the development of a sociological theory of the market. **International Studies of Management & Organization**, v. 33, n.º. 2, p. 22-48, 2003. DOI: [10.1080/00208825.2003.11043680](https://doi.org/10.1080/00208825.2003.11043680).

GIL, A.C. **Amostragem na pesquisa social**. In: _____. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6a ed. São Paulo: Atlas, p. 90-109, 2010.

GIMMON, E.; LEVIE, J. Founder's human capital, external investment, and the survival of new high-technology ventures. **Research Policy**, v. 39, n°. 9, p. 1214-1226, 2010.

GLOVER, J.L. Capital usage in family farm businesses. **Journal of Family Business Management**, v. 3, n°. 2, p. 136-162, 2013.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n°. 3, p. 481-510, 1985.

GREENACRE, M.J. Practical correspondence analysis. **Looking at Multivariate Data**, p. 81-107, 1981.

GUERRERO, M.; URBANO, D. The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 294-309, 2017. DOI: [10.1016/j.techfore.2016.06.015](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.015).

HAIR J., *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Bookman Companhia Ed, 2005.

HILL, I. How did you get up and running? taking a bourdieuan perspective towards a framework for negotiating strategic fit. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 30, n°. 5-6, p. 662-696, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2018.1449015](https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1449015).

JAYAWARNA, D.; ROUSE, J.; MACPHERSON, A. Life course pathways to business start-up. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 26, n°. 3-4, p. 282-312, 2014. DOI: [10.1080/08985626.2014.901420](https://doi.org/10.1080/08985626.2014.901420).

JOHNSEN, C.G.; SØRENSEN, B.M. Traversing the fantasy of the heroic entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n°. 2, p. 228-244, 2016. DOI: [10.1108/IJEBr-01-2016-0032](https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2016-0032).

JONES, S. Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. **International Small Business Journal**, v. 32, n°. 3, p. 237-258, 2014. DOI: [10.1177/0266242612453933](https://doi.org/10.1177/0266242612453933).

JONES, S. “You would expect the successful person to be the man”: Gendered symbolic violence in UK HE entrepreneurship education. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 7, n°. 3, p. 303-320, 2015. DOI: [10.1108/IJGE-03-2013-0025](https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2013-0025).

KARATAŞ-ÖZKAN, M.; CHELL, E. Gender inequalities in academic innovation and enterprise: A bourdieuan analysis. **British Journal of Management**, v. 26, n°. 1, p. 109-125, 2015. DOI: [10.1111/1467-8551.12020](https://doi.org/10.1111/1467-8551.12020).

KRITIKOS, A.S. Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. **IZA World of labor**, 2014. Disponível em: <<https://wol.iza.org/uploads/articles/8/pdfs/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2020.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Técnicas de pesquisa**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LASSO, S.; MAINARDES, E.; MOTOKI, F. Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n.º. 1, p. 233-255, 2019. DOI: [10.1007/s11365-017-0445-8](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0445-8).

LEBARON, Frédéric. How Bourdieu “quantified” Bourdieu: The geometric modelling of data. In: **Quantifying Theory: Pierre Bourdieu**. Springer, Dordrecht, 2009. p. 11-29.

LEBART, L.; MORINEAU, A.; WARWICK, K. M. **Multivariate Descriptive Statistical Analysis-correspondence Analysis and Related Techniques for Large Matrices**. New Jersey: John Wiley & Sons, 1984.

LEE, R.; SHAW, E. Bourdieu’s non-material forms of capital: Implications for start-up policy. **Environment and Planning C: Government and Policy**, v. 34, n.º. 8, p. 1734-1758, 2015. DOI: [10.1177/0263774X16638850](https://doi.org/10.1177/0263774X16638850).

LIGHT, I.; DANA, L.P. Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 37, n.º. 3, p. 603–624, 2013. DOI: [10.1111/etap.12016](https://doi.org/10.1111/etap.12016).

LIN, N. Social networks and status attainment. **Annual Review of Sociology**, v. 25, n.º. 1, p. 467-487, 1999.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M.A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n.º. 6-7, p. 545-564, 2001. DOI: [10.1002/smj.188](https://doi.org/10.1002/smj.188).

MARCH-CHORDA, I. Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 4, n.º. 2-3, p. 228-247, 2004. DOI: [10.1504/IJEIM.2004.004758](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2004.004758).

MARTINS, T. J. Desejo, necessidade e realidade: os marcadores culturais e econômicos e suas implicações ocupacionais para o grupo profissional de engenheiros de produção no Brasil. 2015. 470 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.

MARTINS, T. J.; DONADONE, J. C. Realidade e desejo: as trajetórias formativas e profissionais de um grupo de elite no mundo das finanças. **Estudos de Sociologia**, [S. l.],

v. 22, n. 43, 2018. DOI: 10.52780/res.10106. Disponível em:
<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/10106>. Acesso em: 13 mar. 2021.

MAULA, M.; STAM, W. Enhancing Rigor in Quantitative Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 44, n.º. 6, p. 1059–1090, 2020. DOI: [10.1177/1042258719891388](https://doi.org/10.1177/1042258719891388).

NICHOLSON, L.; ANDERSON, A.R. News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense–Making and Sense–Giving. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n.º. 2, p. 153–172, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00074.x).

OBREGÓN, J. M. C. El análisis prosopográfico o la comparación como una vía intermedia para explorar críticamente la diversidad en las élites. **Revista de Sociología y Antropología: VIAJARES**, v. 18, n. 1, p. 243–261, 2016°

OGAJI, S. M. *et al.* Employees' Competence and Business Performance: A Study of Selected Hotels in Keffi. **Business Excellence and Management**, v. 9, n. 4, p. 5-17, 2019.

OGBOR, J.O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n.º. 5, p. 605-635, 2000. DOI: [10.1111/1467-6486.00196](https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196).

ONYX, J.; LEONARD, R. The conversion of social capital into community development: an intervention in Australia's outback. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 34, n.º. 2, p. 381-397, 2010. DOI: [10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00897.x).

ÖZBILGIN, M.; TATLI, A. Book review essay: Understanding Bourdieu's contribution to organization and management studies. **Academy of Management Review**, v. 30, n.º. 4, p. 855-869, 2005. DOI: [10.5465/amr.2005.18378882](https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378882).

PAGANO, A.; PETRUCCI, F.; BOCCONCELLI, R. A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. **Journal of Business Research**, v. 92, p. 455-464, 2018. DOI: [10.1016/j.jbusres.2018.07.012](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.012).

PARADKAR, A.; KNIGHT, J.; HANSEN, P. Innovation in start-ups: Ideas filling the void or ideas devoid of resources and capabilities? **Technovation**, v. 41, p. 1–10, 2015.

PRET, T.; SHAW, E.; DRAKOPOULOU-DODD, S. Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. **International Small Business Journal**, v. 34, n.º. 8, p. 1004-1027, 2016. DOI: [10.1177/0266242615595450](https://doi.org/10.1177/0266242615595450).

RAUCH, A.; FRESE, M.; UTSCH, A. Effects of human capital and long–term human resources development and utilization on employment growth of small–scale businesses: A causal analysis. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n.º. 6, p. 681-698, 2005. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x).

REID, S. The generative principles of lifestyle enterprising: dialectic entanglements of capital-habitus-field. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 27, n.º 3, p. 629-647, 2020. DOI: [10.1108/IJEER-10-2018-0688](https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2018-0688).

REIS, E.A.; REIS I.A. **Análise Descritiva de Dados. Relatório Técnico do Departamento de Estatística da UFMG**, 2002. Disponível em: <www.est.ufmg.br>. Acesso em: 20 fev. 2021.

ROUNDY, P.T.; BAYER, M.A. To bridge or buffer? A resource dependence theory of nascent entrepreneurial ecosystems. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 11, n.º 4, p. 550-575, 2019. DOI: [10.1108/JEEE-06-2018-0064](https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2018-0064).

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press, 1934.

SCOTT, M. Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. **Poetics**, v. 40, n.º 3, p. 237-255, 2012. DOI: [10.1016/j.poetic.2012.03.002](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002).

SENGUPTA, S.; SAHAY, A.; CROCE, F. Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, n.º 4, p. 771-803, 2017. DOI: [10.1108/SAJGBR-12-2014-0098](https://doi.org/10.1108/SAJGBR-12-2014-0098).

SHAW, E.; WILSON, J.; PRET, T. The process of embedding a small firm in its industrial context. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 35, n.º 3, p. 219-243, 2017. DOI: [10.1177/0266242616671170](https://doi.org/10.1177/0266242616671170).

SOROKIN, P. **Social and cultural mobility**. In: D. Grusky (Org.). *Social stratification: class, race and gender in sociological perspective*. Bolder: Westview Press, 2001.

STONE, H., *et al.* Sensory evaluation by quantitative descriptive analysis. **Descriptive sensory analysis in practice**, v. 28, p. 23-34, 2008.

STONE, L. Prosopografia. **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, n.º 39, p. 115–137, 2011.

SUDDABY, R.; VIALE, T.; GENDRON, Y. Reflexivity: The role of embedded social position and entrepreneurial social skill in processes of field level change. **Research in Organizational Behavior**, v. 36, p. 225-245, 2016.

SVENDSEN, G.L.H.; KJELDEN, C.; NOE, E. How do private entrepreneurs transform local social capital into economic capital? Four case studies from rural Denmark. **The Journal of Socio-Economics**, v. 39, n.º 6, p. 631-644, 2010. DOI: [10.1016/j.socec.2010.06.012](https://doi.org/10.1016/j.socec.2010.06.012).

TATLI, A., *et al.* A Bourdieuan relational perspective for entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n°. 4, p. 615-632, 2014. DOI: [10.1111/jsbm.12122](https://doi.org/10.1111/jsbm.12122).

THOMAS, A.; PASSARO, R.; QUINTO, I. **Developing Entrepreneurship in Digital Economy: The Ecosystem Strategy for Startups Growth**. In: B. Orlando (Ed). *Strategy and Behaviors in the Digital Economy*, p. 89-106. IntechOpen, 2019

TRIMI, S.; BERBEGAL-MIRABENT, J. Business model innovation in entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n°. 4, p. 449-465, 2012. DOI: [10.1007/s11365-012-0234-3](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3).

VENKATARAMAN S. **The distinctive domain of entrepreneurship research**. In: Katz J. et Brockhaus R. (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* (pp. 119-138). JAI Press, 1997.

VENKATARAMAN, S. Regional transformation through technological entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 19, n°. 1, p. 153-167, 2004. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2003.04.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.04.001).

WRIGHT, M., *et al.* The role of human capital in technological entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n°. 6, p. 791-806, 2007. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2007.00203.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00203.x).

YESSOUFOU, A.W.; BLOK, V.; OMTA, S.W.F. The process of entrepreneurial action at the base of the pyramid in developing countries: a case of vegetable farmers in Benin. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 30, n°. 1-2, p. 1-28, 2018. DOI: [10.1080/08985626.2017.1364788](https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1364788).

ZHONG, S. Artists and Shanghai's culture-led urban regeneration. **Cities**, v. 56, p. 165-171, 2015. DOI: [10.1016/j.cities.2015.09.002](https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.09.002).

ZOOK, K.L.; PEARCE, J.H. **Quantitative descriptive analysis**. In: *Applied sensory analysis of foods*. Routledge, p. 43-71, 2018.

ZSUZSANNA, S.K. *et al.*,. Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU. **Procedia Economics and Finance**, v. 3, n°. 12, p. 268–275, 2012.

Apêndice - Questionário

1. Qual seu nome?* (Não obrigatória)
2. Atualmente em que estado e cidade você reside?
2. Qual a sua faixa etária?
 - () 18 a 24 anos
 - () 25 a 34 anos
 - () 35 a 44 anos

- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- Mais que 65 anos

3. Você se identifica com qual gênero?

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não me identificar

4. Você se identifica com qual raça?

- Branca
- Preta
- Amarela
- Parda
- Indígena
- Prefiro não me identificar

5. Qual seu estado Civil?

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Viúvo (a)
- Outro (a)

6. Me conte um pouco sobre a sua trajetória como empreendedor(a) e a história da startup.

Qual nome da startup? Qual setor de atuação da startup? Qual ano de fundação?

Atualmente vocês contam com quantos funcionários?

Em que cidade ela está instalada?

Você pode nos informar qual o faturamento anual? Resposta não obrigatória.

7. O que te motivou a se tornar um empreendedor?

- Ficar desempregado (a)
- Possibilidade de independência, flexibilidade de trabalho e autonomia
- Identificação de uma oportunidade de negócio
- Dar continuidade aos negócios da família
- Realização pessoal
- Criar algo que tenha impacto positivo na sociedade e na vida das pessoas
- A partir da solução de um problema que gerou uma oportunidade de negócio
- Outro. Qual?

8. Alguém na sua família é ou foi empreendedor?

- Não
- Sim, pai e /ou mãe
- Sim, avô e/ou avó
- Sim, tio e/ou tia

Sim, irmãos

Sim, cônjuge

9. Qual a atuação da sua família para sua atividade empreendedora? Selecione até três opções em ordem de prioridade.

- Incentivo e suporte para me tornar empreendedor (a)
- Acesso a recursos financeiros
- Acesso a rede de contatos e de apoio
- Acesso a conhecimento sobre a área de atuação da startup
- Me ajudaram com conhecimento sobre empreender
- Nenhum

10. Qual era sua profissão antes de se tornar empreendedor?

- Estudante
- Funcionário (a) da Iniciativa Privada
- Cargo de gerência ou supervisão iniciativa privada
- Funcionário (a) da Iniciativa Pública
- Cargo de gerência ou supervisão setor público
- Profissional Liberal
- Professor(a) 1º ou 2º Grau
- Professor(a) Universitário
- Carreira Militar
- Sem ocupação
- () Outro. Especifique

11. Como sua trajetória profissional contribuiu para que você se tornasse um empreendedor e para sua startup?

- Ajudou a desenvolver minhas habilidades gerenciais e empregá-las na startup
- Ajudou a desenvolver minhas habilidades técnicas e empregar na startup
- Foi onde conheci meus sócios(as)
- Me ajudou a entender o mercado e assim encontrar uma oportunidade de negócio
- Possibilitou acessar e formar uma rede de contatos
- Facilitou o acesso aos recursos necessários para o desenvolvimento da startup
- Não contribuiu

12. Sua startup está instalada em que tipo de local?

- Local próprio (residência)
- Local próprio (escritório)
- Coworking (espaço de trabalho compartilhado)
- Incubadora
- Aceleradora
- Parque tecnológico
- Outro (especifique)

13. Por que você escolheu esse tipo de instalação? Selecione até três opções em ordem de prioridade.

- Acesso a infraestrutura a custo reduzido.
- Acesso a serviços (ex. workshops, treinamentos, cursos, assessorias).
- Acesso a rede de contatos com outros atores, como empreendedores, investidores e mentores.

- Facilidade de acesso, localização e proximidade a instituições, como universidades e centro de pesquisa
- Reputação.
- Possibilidade de parcerias e visibilidade para a startup.
- Demanda por espaço físico apropriado.

14. Qual o tipo de capital investido na sua startup?

- Próprio
- Família
- Investidores (Anjo, Venture Capital, Seed Capital, etc)
- Agência de fomento (Ex. Finep, Fapesp, outros).
- Linhas de crédito tradicionais (instituições financeiras)
- Outro (especifique)

15. Você usa as redes sociais com qual finalidade, tanto do ponto de vista pessoal quanto profissional?

	Divulgar a empresa	Aprendizagem	Criar e Manter uma rede de contatos	Divulgação profissional pessoal	Acompanhar notícias e eventos	Utilização pessoal	Não utilizo
Facebook							
Instagram							
Twitter							
Youtube							
LinkedIn							
Pinterest							
Whatsapp							
Snapchat							

16. As redes sociais têm algum impacto no seu trabalho?

- Ajuda na divulgação da startup e na captação de clientes.
- Ajuda a fortalecer uma rede de contatos.
- Ajuda na captação de recursos financeiros.
- Possibilita troca de ideias e resolução de problemas.
- Possibilita o acesso a mentores e especialistas da área da startup.
- Possibilita estreitar o relacionamento com nossos clientes.
- Ajuda no processo de seleção e recrutamento de pessoas.

17. Você faz parte de alguma organização que ajuda a promover o empreendedorismo?

- Endeavor
- Sebrae
- ABStartups
- Start-up Brasil
- Anprotec
- Anjos do Brasil
- Anpei
- Wylinka
- Artemisia
- Não
- Outro (especifique)

18. Você faz parte de alguma organização que ajuda a promover o empreendedorismo? Qual?

19. Qual a importância para a sua atividade empreendedora e para a startup fazer parte dessas organizações e atividades ? Selecione até três opções em ordem de prioridade.

- Ajuda no acesso e na construção de uma rede de contatos e de suporte.
- Estimula a promoção da inovação e desenvolvimento tecnológico.
- Facilita o acesso a mão de obra qualificada.
- Facilita o acesso aos recursos necessários para o desenvolvimento da startup (ex. val
- Aumenta a visibilidade da startup.
- Estimula o desenvolvimento de um ambiente de cooperação e compartilhamento.
- Facilita acesso a mentores e especialistas sobre empreendedorismo e a área de atua
- Não sei informar

20. Você acredita que possuir uma rede de contatos é importante para sua atividade empreendedora?

- Facilita e promove o acesso ao capital e a investimentos
- Promove acesso a conhecimento, compartilhamento de experiência e informações.
- Facilita acesso a mão de obra qualificada
- Facilita a promoção e o acesso a inovação e a tecnologia.
- Facilita a entrada no mercado e divulgação da startup.
- Fortalece o ambiente de cooperação e compartilhamento. Não.

21. Quais as redes de contato você acredita que tiveram mais influência em sua atividade empreendedora?

- Amigos e familiares
- Escola e/ou universidade
- Colegas de trabalho
- Outros empreendedores
- Mentores e Investidores
- Não teve influência
- Outras, quais?

22. Você e sua empresa participaram e/ ou participam de algum programa de incentivo ao empreendedorismo?

- Aceleração
- Rodadas de Negócios
- Mentorias
- Editais de agência de fomento
- Incubação
- Não
- Outro (especifique)

23. Participar de eventos, feiras, encontros de empreendedorismo e eventos específicos para sua área gera algum impacto positivo para sua startup? Selecione até três opções por ordem de prioridade.

- Visibilidade e Fortalecimento da imagem da startup
- Possibilidade de parcerias

- Novos clientes Acesso a novas tecnologias e tendências disponíveis no mercado
- Acesso a rede de contatos
- Não tem impacto
- Não participo desses eventos

24. Sobre sua atuação como empreendedor responda as questões:

Você atua ou já atuou como mentor ou consultor para novos empreendedores?

Você já ganhou algum prêmio pela sua atuação como empreendedor ou a sua startup?

Você se considera um produtor de conteúdo sobre empreendedorismo?

25. Quais atributos você julga que sejam essenciais para um empreendedor de startup? Selecione até três opções.

- Resiliência.
- Coragem para correr riscos.
- Capacidade analítica e planejamento.
- Orientação para eficiência e qualidade.
- Capacidade de desenvolver e manter uma Rede de contatos.
- Liderança.
- Iniciativa e pró-atividade.
- Criatividade e inovação.
- Conhecimento técnico e Disposição em manter uma aprendizagem contínua.
- Visão de futuro.
- Capacidade de desafiar o status quo.

26. Com relação as afirmações a seguir com qual você mais se identifica?

- Uma pessoa resiliente, que apesar das dificuldades persiste em seus sonhos
- Uma pessoa com networking que consegue transitar por diversos meios e ter acesso a diversos recursos
- Uma pessoa que pensa "fora da caixa", criativa, curiosa e que desafia o status quo
- Uma pessoa com grande visão de negócios e habilidades gerenciais
- Uma pessoa que está sempre a frente das outras, buscando novas oportunidades e inovando
- Uma pessoa que obteve apoio de diversas pessoas e acesso a recursos que me ajudaram a empreender

27. Qual seu nível de escolaridade?

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Médio Técnico
- Ensino Superior
- Pós graduação especialização
- Pós graduação mestrado
- Pós graduação doutorado
- Não se aplica

28. Qual o nome da universidade? Caso essa pergunta não seja aplicada,

responder NÃO.

29. Qual sua área de estudos?

- Ciências Agrárias
- Ciências Biológicas
- Ciências da Saúde
- Ciências Humanas
- Ciências Sociais Aplicadas
- Linguística, letras e artes
- Ciências exatas e da terra
- Engenharias
- Não se aplica

30. Depois de fundação da startup você fez algum curso?

- Sim, cursos rápidos sobre gestão e finanças
- Sim, cursos rápidos sobre empreendedorismo
- Sim, cursos rápidos de atualização na área de atuação da startup
- Sim, cursos de especialização
- Sim, mestrado e/ou doutorado
- Não

31. Você possui conhecimentos em alguma língua estrangeira?

- Sim, inglês
- Sim, espanhol
- Sim, francês
- Sim, alemão
- Sim, italiano
- Não

32. Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?

- Não
- Sim, por critério étnico-racial
- Sim, por critério de renda
- Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos
- Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores
- Sim, sistema de financiamento estudantil

33. Você fez parte de alguma associação dentro da Universidade?

- Atlética
- Empresa Júnior
- Centro Acadêmico e/ou Diretório Acadêmico
- Liga empreendedora/ Núcleo de empreendedorismo
- Coletivo (associações que buscam inserir grupos que estão a margem da sociedade)
- Outro
- Não

34. De que forma sua formação acadêmica contribuiu ou contribuiu com a sua atividade empreendedora ?

- Me possibilitou acesso a qualificação técnica.
- Me ajudou a construir uma rede de contatos (networking).
- Me incentivou a ser empreendedor.
- Ajudou a compreender meu papel enquanto cidadão enquanto agente de mudança so
- Qualificação acadêmica sobre como montar e gerenciar uma empresa.
- Participar de entidades estudantis envolvidas com o meio empresarial.
- Não contribuiu

35. As pessoas com as quais você teve contato durante sua formação acadêmica contribuíram de alguma forma?

- Foi possível estabelecer uma rede de contatos e apoio.
- Através da rede de contatos foi possível obter acesso a recursos financeiros.
- Possibilitou compartilhar conhecimento e informações relevantes.
- Foi onde conheci meu(s) sócios (as).
- Me ajudou a conhecer outros empreendedores e suas trajetórias.
- Me ajudou a acessar recursos necessários para a startup.
- Foram fonte de inspiração para me tornar empreendedor (a).
- Não.

36. Qual o nível de escolaridade de seus familiares?

	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Ensino superior Incompleto	Pós-graduação	Não sei informar
Avô paterno						
Avô materno						
Avó paterna						
Avó materna						
Pai						
Mãe						

37. Qual a última profissão ou cargo que seus familiares ocuparam?

	Mãe	Pai	Avó materna	Avó paterna	Avô materno	Avô paterna
Empresária (o)/ Empreendedora (o)						
Professor (a) 1º ou 2º grau						
Professor (a) universitário						
Profissional Liberal						
Carreira Militar						
Funcionário(a) Público						
Cargo de gerência ou supervisão iniciativa pública						
Funcionário(a) da Iniciativa Privada						
Cargo de gerência ou supervisão iniciativa privada						
Sem ocupação						
Não sei informar						
Empresária (o)/ Empreendedora (o)						

38. Onde e com quem você mora atualmente?

- Em casa ou apartamento, sozinho
- Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes
- Em casa ou apartamento, com cônjuge e/ou filhos
- Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república).
- Em alojamento universitário da própria instituição
- Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensão, entre outros).

39. Sua renda familiar se enquadra em qual faixa?

- Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1.567,50).
- De 1,5 a 3 salários mínimos (R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00).
- De 3 a 4,5 salários mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50).
- De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 4.702,50 a R\$ 6.270,00).
- De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00).
- De 10 a 30 salários mínimos (R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00).
- Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 31.350,00)
- Não desejo informar/ não sei avaliar

40. A renda familiar se seus pais se enquadra em qual faixa?

- Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1.567,50).
- De 1,5 a 3 salários mínimos (R\$ 1.567,50 a R\$ 3.135,00).
- De 3 a 4,5 salários mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 4.702,50).
- De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 4.702,50 a R\$ 6.270,00).
- De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00).
- De 10 a 30 salários mínimos (R\$ 10.450,00 a R\$ 31.350,00).
- Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 31.350,00)
- Não desejo informar/ não sei avaliar

41. Assinale as opções abaixo sobre bens (imóveis e veículos, etc) dos seus pais:

	0	1	2	3	Mais que 3
Casa própria					
Área de Lazer(Espaços para recreação fora da residência)					
Veículos					

42. Assinale as opções abaixo sobre bens (imóveis e veículos, etc) dos seus pais:

	0	1	2	3	Mais que 3
Casa própria					
Área de Lazer (Espaços para recreação fora da residência)					
Veículos					

43. Qual meio de comunicação acessa com mais frequência?

- Televisão
- Rádio
- Internet e redes sociais
- Jornal impresso

- Revistas impressas
- Revistas eletrônicas
- Streaming (ex. Netflix)

44. Qual tipo de programação você costuma acompanhar?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Noticiários | <input type="checkbox"/> Conteúdo específico sobre |
| <input type="checkbox"/> Documentários | empreendedorismo |
| <input type="checkbox"/> Séries | <input type="checkbox"/> Programas humorísticos |
| <input type="checkbox"/> Novelas | <input type="checkbox"/> Programas musicais |
| <input type="checkbox"/> Podcasts | <input type="checkbox"/> Talk shows |
| <input type="checkbox"/> Perfil e Canal de influenciadores digitais | <input type="checkbox"/> Animação |

45. Você acompanha algum dos produtores de conteúdo abaixo?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Jornal do Empreendedor | <input type="checkbox"/> BuzzFeed |
| <input type="checkbox"/> Infomoney | <input type="checkbox"/> Endeavor |
| <input type="checkbox"/> Harvard Business Review | <input type="checkbox"/> Sebrae |
| <input type="checkbox"/> Ted Talks | <input type="checkbox"/> Você S/A |
| <input type="checkbox"/> Startse | <input type="checkbox"/> Entrepreneur |
| <input type="checkbox"/> Inc.com | <input type="checkbox"/> Geração de Valor |

46. Qual seu gênero musical preferido?

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Clássica | <input type="checkbox"/> Axé |
| <input type="checkbox"/> Rock | <input type="checkbox"/> Funk |
| <input type="checkbox"/> Heavy Metal | <input type="checkbox"/> Blues |
| <input type="checkbox"/> Pop | <input type="checkbox"/> Jazz |
| <input type="checkbox"/> Música Popular Brasileira | <input type="checkbox"/> Hip Hop |
| Samba | <input type="checkbox"/> Rap |
| <input type="checkbox"/> Sertanejo | |

47. Você pratica algum tipo de esporte? Qual?

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> Escalada ou equitação |
| <input type="checkbox"/> Futebol | <input type="checkbox"/> Rugby Rugby ou Polo Aquático |
| <input type="checkbox"/> Vôlei | <input type="checkbox"/> Judô, Karatê, Taekwondo |
| <input type="checkbox"/> Tênis | <input type="checkbox"/> Ciclismo |
| <input type="checkbox"/> Corrida | <input type="checkbox"/> Caminhada |
| <input type="checkbox"/> Basquete | <input type="checkbox"/> Outro. Qual? |

48. Quantos livros, aproximadamente, você lê por ano ?

- Entre 1 e 3
- Entre 4 e 6
- Entre 7 e 10
- Mais que 10
- Nenhum

49. Quantos livros você possui na sua casa?

50. Qual seu gênero literário favorito?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Fantasia e Ficção | <input type="checkbox"/> Épico e Aventura |
| <input type="checkbox"/> Negócios e Empreendedorismo | <input type="checkbox"/> Romance |
| <input type="checkbox"/> Mistério e suspense | <input type="checkbox"/> Biografias e autobiografias |
| <input type="checkbox"/> Literatura Clássica | <input type="checkbox"/> Contos |
| <input type="checkbox"/> Livros técnicos | <input type="checkbox"/> Outro(especifique) |
| <input type="checkbox"/> Autoajuda | |

51. Com que frequência você se dedica as atividades abaixo?

	Muito frequentemente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Praticar algum Instrumento musical					
Praticar algum tipo de arte (Ex. fotografia, desenho, etc)					
Cinema					
Filmes e séries					
Frequentar museus e centros culturais					
Concertos musicais					
Shows					
Outro (especifique)					

52. Que tipo de viagem você fez nos últimos 5 anos?

	Negócios	Estudos e Cursos	Participação em Eventos e Feiras	Lazer
Regional				
Nacional				
Internacional				
Não costumo viajar				

53. Você gostaria de deixar algum comentário ou sugestões sobre a pesquisa?

TERCEIRA PARTE

Conclusão e Implicações

Essa tese foi desenvolvida no sentido a dar luz a novas formas de analisar os empreendedores, em especial os empreendedores de startups de tecnologia, uma vez que na literatura há uma predominância da perspectiva do *mainstream* da economia, sendo a perspectiva de capitais desenvolvida por Bourdieu a lente de análise escolhida.

Partimos da concepção de empreendedor, não como um ator atomizado, mas sim como um ator social, em que ser empreendedor é uma prática relacional e social (TATLI *et al.*, 2014; ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2018; CLOUGH *et al.*, 2019), que envolve um processo de mudança partir de um contexto econômico e social (ANDERSON, 2015; PAGANO *et al.*, 2018; YESSOUFOU *et al.*, 2019) é ainda, um “processo social profundamente imerso e integrado às posições dos empreendedores em estruturas de relações de poder” (DE CLERCQ; VORONOV, 2009, p.395). As posições são ocupadas pelos atores de acordo com a posse de determinados capitais (BOURDIEU, 1989; BASOV, 2019).

Consideramos que os empreendedores de startups são atores que acessam, mobilizam e convertem capitais, ocupando assim uma posição no espaço social, além disso esses capitais ajudam no processo empreendedor. Nossa pergunta geral de pesquisa foi: “*Os empreendedores seriam atores sociais que ocupam posição privilegiada no espaço social o que lhes permitiu mobilizarem e converterem capitais ao longo de suas trajetórias empregando esses recursos na fundação e desenvolvimento das startups de tecnologia?*”.

Para responder a essa questão e os objetivos, construímos três artigos. No primeiro artigo intitulado “*Empreendedorismo e Capitais: uma revisão de literatura*” pudemos observar como os conceitos abordados por Pierre Bourdieu, com destaque para a perspectiva de capitais, podem ser aplicados atendendo a demanda por alternativas de análise do empreendedorismo, para além da perspectiva dominante, apesar dessa potencialidade, o seu uso ainda é escasso. A partir dessa perspectiva o empreendedorismo é compreendido como um processo social e o empreendedor como um ator influenciado pelo contexto, que almeja legitimidade e emprega os capitais em estratégias na busca por posição no espaço social.

Os capitais - econômico, cultural e humano, social e simbólico - são mobilizados, ao longo da trajetória dos empreendedores, cada forma de capital se destaca no decorrer da fundação e do desenvolvimento de um novo negócio, como por exemplo, o capital econômico, por meio dos recursos financeiros que o empreendedor acessa, contribui para a fundação e o desenvolvimento de um novo negócio, quando se trata da descoberta e da exploração de oportunidades, o destaque é para contribuição do capital social e a importância das redes sociais, que ainda aumentam as chances de uma pessoa se tornar empreendedora. Apesar de abordagem de Bourdieu não ser algo novo, sua utilização é ainda escassa na literatura, bem como é possível notar escassez de trabalhos voltados para as *startups* de tecnologia, nesse sentido os outros dois artigos foram construídos considerando esses achados e como forma de atender a lacuna identificada.

O segundo artigo, intitulado “*Dimensão social dos empreendedores de startups de tecnologia: mobilização e conversão de capitais*”, construído a partir cinco estudos de caso com empreendedores de *startups* de tecnologia, permitiu identificar as formas de capitais apontadas na RSL, analisar como os empreendedores mobilizam e convertem esses capitais, e observar que esse processo é dinâmico, no que nomeamos de circularidade de capitais. Pudemos observar três fases na trajetória dos empreendedores e em cada uma delas um tipo de capital se destaca.

Na primeira fase, que antecede a fundação da *startup*, o capital de destaque foi o capital econômico e a sua possibilidade de ser convertido em capital cultural, ressaltando como a origem social tem grande relevância para acesso a esses capitais. A segunda fase é marcada pela fundação das *startups*, podemos observar a importância do capital social e do capital cultural, já que são capitais que são utilizados para mobilizar recursos e são base de conhecimento para as atividades da *startup*, vale ressaltar que quatro dos cinco entrevistados possuem pós-graduação. E por último, temos a fase pós-fundação, marcada pelo alto capital simbólico, resultado da conversão dos outros capitais, os empreendedores são reconhecidos por outros empreendedores como casos de sucesso, garantindo posição de legitimidade e prestígio. Logo, o processo empreendedor é profundamente influenciado pelo contexto social e pelos capitais que os empreendedores conseguem mobilizar e converter.

Esse estudo possibilitou observar a influência de cada capital que em conjunto, dão origem ao capital empreendedor, quanto maior for o acesso desse capital, acreditamos

que maiores são as chances de um indivíduo se tornar empreendedor de *startup*, ainda podemos observar a importância da origem social e do espaço social onde esses atores estão inseridos

E por último, temos o terceiro artigo intitulado “*Espaço social e trajetórias dos empreendedores de startup: uma análise a partir dos capitais*”, realizado por meio de *survey* em uma amostra de 192 empreendedores de *startups*, os dados foram analisados de forma descritiva e por meio da Análise de Correspondência Múltipla.

Os resultados apontam que o grupo estudado de empreendedores de *startup* de tecnologia, são em sua maioria indivíduos do gênero masculino, brancos, com uma escolaridade mínima de ensino superior completo e pertencentes a classe média alta, demonstrando uma dominação de atores de elite, e que essa posição privilegiada facilita a mobilização e a conversão de capitais.

Os capitais contribuíram diretamente para a fundação e o desenvolvimento da *startup*, seja pelo acesso a recurso financeiro, pelo acesso à educação de elite, seja pelo acesso a redes de contato, ou ainda pelo reconhecimento desses atores que os legitima como empreendedores no espaço social.

Além disso, a pesquisa ajudou a demonstrar que esse tipo de empreendedorismo tem uma relação muito baixa com a motivação desemprego, que no caso da nossa amostra é uma minoria dos empreendedores. Por outro lado, se relaciona com empreender por oportunidade, ou seja, por meio da possibilidade de escolha, e a partir disso por diferentes motivações. Está relacionado a alto capital econômico e cultural, uma vez que as atividades desenvolvidas na *startup* demandam alto capital intelectual para garantir soluções robustas e com potencial de impacto, logo o espaço social contribuiu para o acesso aos capitais e recursos que foram empregados nas *startups*.

Esses trabalhos possibilitaram analisar os empreendedores de startups pela ótica de capitais, são atores que ocupam uma posição privilegiada no espaço social, que em sua maioria, possuem além de alto capital econômico, alto capital cultural e humano, alto capital social e alto capital simbólico. Cada um desses capitais possui destaque em determinadas fases nas trajetórias dos empreendedores, o capital econômico se destaca na etapa da fundação, já na etapa de desenvolvimento o capital cultural e social se destaca, e na fase atual, o destaque é o capital simbólico. Esses capitais não são fixos, mas se

convertem e reconvertem entre si, em um processo dinâmico e de adaptação do empreendedor.

As startups em tecnologia são pequenas empresas, com processos intensivos em inovação, com potencial de crescimento e que demandam por diversos recursos. Podemos observar que os empreendedores se valem de capitais mobilizados anteriormente a fundação da *startup*, seja o capital econômico, o capital cultural e humano para desenvolver as soluções oferecidas pelas *startups*, garantindo robustez e confiabilidade na nova empresa, além disso as trajetórias dos empreendedores fundação da empresa pode garantir certa legitimidade e confiança, por meio do capital simbólico.

A posse de determinados capitais garante ao empreendedor acesso a determinados espaços, observamos que os empreendedores ligados a carreira acadêmica, em sua maioria alocam suas empresas em incubadoras e parques tecnológicos, que são organizações de apoio e fontes e recursos, além de conseguirem acessar um capital econômico de agências de fomento.

O processo de mobilização e conversão de capitais é dinâmico, os capitais estão a todo momento se convertendo em outras formas, esse processo nós chamamos de circularidade de capitais e ele dá origem ao que nomeamos de capital empreendedor, ou seja, um conjunto de capitais que quando combinados que favorece o ator em sua atividade empreendedora.

Implicações Teóricas e Empíricas

Nosso trabalho se vale do conceito de capitais de Bourdieu (1986), autor que também contribuiu com a Sociologia Econômica. Propomos uma alternativa de análise e de compreensão do empreendedor, como um ator social influenciado pelas suas relações sociais e pelo contexto em que está inserido, e o empreendedorismo é, portanto, um processo socialmente situado (DE CLERCQ; VORONOV, 2009; TATLI *et al.*; DRAKOPOULOU-DODD *et al.*, 2014; BRAIDFORD *et al.* , 2017; REID, 2020). Logo, como implicação teórica esse trabalho contribui demonstrando a potencialidade da perspectiva de capitais para o estudo do empreendedorismo, sendo uma alternativa a visão dominante do empreendedor como um tipo heroico. Por meio dessa lente, fomos capazes

de observar nosso objeto inserindo num contexto social, para que nossa análise fosse mais completa.

Como contribuição empírica, nossos achados apontam para algumas problemáticas envolvendo o empreendedorismo de *startup*.

Primeiro, esse tipo de empreendedorismo está, na imensa maioria das vezes, relacionado com oportunidade e não necessidade, são atores que possuem alternativas de renda e optam por empreender, além disso é um negócio construído com base em recursos intangíveis, como o conhecimento, destacando a importância do acesso à educação já que os empreendedores que fundaram *startups* de tecnologia são atores que possuem capital econômico e capital cultural, são oriundos de classe mais altas, logo podemos notar o caráter excludente do empreendedorismo relacionado as startups de tecnologia.

Segundo, observamos que os homens brancos representam a maioria dos empreendedores de startups, revelando uma reprodução de dominação social, ou seja, as mulheres ainda ficam em segundo plano. Vale ressaltar, que mesmo sendo minoria na amostra estudada, possuem o maior nível de escolaridade quando comparadas com os homens, sendo uma forma de se legitimarem no espaço social.

Logo, esse trabalho traz para a discussão o perfil dos empreendedores de *startup* e que grupo eles representam, já que as *startups* vêm ganhando relevância e destaque, mas que muitas vezes não se consideram a trajetória, origem social e os capitais, apenas o desempenho do negócio, criando uma imagem ilusória de uma figura que age de forma autônoma e reforçando estruturas meritocráticas, demonstrando que apesar do Brasil ser considerado um país empreendedor, o empreendedorismo, muitas vezes informal, é a única alternativa de renda.

Nesse sentido, esse trabalho ilustra quem são esses empreendedores a partir de seus capitais, possibilitando uma reflexão da configuração do espaço social e da posição dos atores e como os formuladores de políticas públicas podem pensar formas de diminuir as disparidades e possibilitando acesso a itens constituintes dos capitais, como educação e renda.

Tanto o artigo empírico qualitativo quanto o artigo empírico quantitativo apresentem como limitação a amostra. Sugere-se como trabalhos futuros que essa amostra seja ampliada para que possamos ter um retrato mais próximo da complexidade de cada

contexto e da realidade do objeto, pois o que temos apesar de ser uma amostra representativa, é um fragmento da realidade.

Além disso, o trabalho apresenta a importância do espaço social para o acesso a recursos, trazendo para a discussão a importância da discussão de classes e de estruturas de dominação do contexto do empreendedorismo, sendo uma possibilidade de trabalhos futuros.