

<http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2022v16n1p2950>

A adoção de metodologias qualitativas em pesquisas sobre empreendedorismo: revisão de estudos internacionais publicados de 2010 a 2019*

Entrepreneurship qualitative research methodologies adoption: review of international studies published from 2010 to 2019

Carla Cristine Silva Lopes

Universidade Federal do Paraná – UFPR

carlacslopes@gmail.com

Gustavo Passos Fortes

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA

gustavo.fortes@unifesspa.edu.br

Rivanda Meira Teixeira

Universidade Federal do Paraná – UFPR

rivandateixeira@gmail.com

Resumo

Esta pesquisa busca mapear as metodologias qualitativas das pesquisas em empreendedorismo publicadas em dois dos principais periódicos internacionais de maior impacto da área, o *Journal of Business Venturing* e o *Entrepreneurship Theory & Practices*, no período de 2010 a 2019. O método adotado foi a revisão sistemática da literatura que é apropriada especialmente quando o volume de evidências é grande. Após pré-seleção e classificação, foram identificados cento e oito estudos qualitativos, ou predominantemente qualitativos, em ambos os periódicos, no período considerado. Verificou-se que, a abordagem qualitativa, no campo do empreendedorismo ainda é inexpressiva, mas, em contrapartida, foi identificada diversidade de métodos, instrumentos de coleta e análise de dados, assim como a utilização de triangulação de fontes e dados, que configuraram a busca por rigor metodológico. Este estudo pretende contribuir com a identificação de enfoques metodológicos de pesquisas qualitativas que possam ser explorados nos estudos sobre empreendedorismo e que podem inspirar futuros pesquisadores no desenvolvimento conceitual do campo, além da geração de teorias.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Pesquisas em empreendedorismo. Metodologias qualitativas.

Abstract

This research aims to map qualitative methodologies of entrepreneurship research published in two of the main international journals with impact in the area, the *Journal of Business Venturing* and *Entrepreneurship Theory & Practices*, in the period from 2010 to 2019. The method adopted was systematic literature review that is an appropriate especially when the volume of evidence is large. After pre-selection and classification, one hundred and eight qualitative, or predominantly qualitative studies were identified in both journals in the period considered. It was found that the

* Recebido em 06 de dezembro de 2020, aprovado em 30 de agosto de 2021, publicado em 05 de setembro de 2022.

qualitative approach in the field of entrepreneurship is still inexpressive, but, on the other hand, a diversity of methods, instruments for data collection and analysis was identified, as well as the use of triangulation of sources and data, which configured the search for methodological rigor. This study aimed to contribute to the identification of qualitative methodological approaches that can be explored in studies on entrepreneurship and that can inspire future researchers in the conceptual development of the field, in addition to the generation of theories.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurship research. Qualitative methodologies.

1. INTRODUÇÃO

Métodos qualitativos são usados para descrever, decodificar e avançar a compreensão da inter-relação dos dados relacionados ao presente, passado ou futuro e capturam a riqueza do contexto e diversidade (Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014). Observando-se a heterogenidade de áreas que adotam a pesquisa qualitativa, verifica-se que no campo do empreendedorismo não poderia ser diferente, visto que existe um consenso crescente de que a pesquisa qualitativa contribui positivamente para a diversidade da investigação acadêmica em empreendedorismo, avançando em percepções ricas e inovadoras sobre fenômenos (Javadian et al., 2020). Essa perspectiva já tinha sido destacada por autores clássicos como Gartner e Birley (2002) quando enfatizaram que muitas questões fundamentais em empreendedorismo são raramente discutidas e muitas dessas questões só podem ser pesquisadas com a utilização de enfoques e métodos qualitativos. Além disso, apontam a carência de métodos qualitativos com fins de geração de teoria.

O campo de pesquisa em empreendedorismo tem evoluído significativamente desde as décadas de 70-80 (Aldrich, 2012; Landström et al., 2012). Essa evolução tem sido influenciada por pesquisadores de diferentes origens, diferentes influências teóricas e diferentes tradições metodológicas, uma vez que o empreendedorismo é considerado um campo multidisciplinar (Cornelius et al., 2006). De acordo com McDonald et al. (2015), as questões metodológicas raramente são abordadas nas pesquisas em empreendedorismo, porém, tratam-se de discussões primordiais, haja vista que o mapeamento dos métodos aponta a direção do campo e como ele está sendo moldado.

Os métodos de investigação em empreendedorismo possuem forças e fraquezas e, por isso, são confrontados com oportunidades de pesquisa e desafios importantes (Short et al., 2010). Percebe-se que os desafios consistem em legitimar o campo, uma vez que se faz necessário o desenvolvimento de teorias e métodos de pesquisa consistentes, para que o progresso da área de empreendedorismo ocorra (Busenitz et al., 2003; Busenitz et al., 2014; Chandler & Lyon, 2001).

Considerando essa conjuntura, objetiva-se primariamente mapear as metodologias qualitativas adotadas nos estudos de empreendedorismo, publicados em dois dos principais periódicos internacionais de maior impacto no campo, o *Journal of Business Venture (JBV)* e o *Entrepreneurship Theory and Practice (ET&P)*, no período de 2010 a 2019. Secundariamente, busca-se classificar os estudos publicados nesses periódicos; identificar os métodos de pesquisa adotados nos estudos qualitativos; examinar como os dados foram coletados nessas pesquisas; investigar o processo amostral/critério de escolha; observar as técnicas de análise de dados qualitativos utilizados; averiguar os tipos de triangulação; e, finalmente, apurar as temáticas abordadas.

Este estudo, pretende contribuir com a identificação de enfoques metodológicos de pesquisas qualitativas que possam ser exploradas nos estudos sobre empreendedorismo, com a

adoção de métodos, técnicas de coleta e análise de dados inovadores. Esses *insights* podem inspirar futuros pesquisadores no desenvolvimento conceitual do campo, além da geração de teorias.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir serão delineados os contornos teóricos acerca da pesquisa qualitativa e da pesquisa em empreendedorismo.

2.1 A pesquisa qualitativa

A pesquisa qualitativa preocupa-se essencialmente com a subjetividade da experiência e contexto estudado, seus dados devem ser o retrato desse objetivo (Ferigato & Carvalho, 2011). Creswell (2009) reforça esse argumento ao afirmar que a pesquisa qualitativa é caracterizada pela preocupação com o contexto dos participantes da pesquisa, assim como pelo caráter pessoal da coleta de informações. É propícia para o estudo de fenômenos raramente conhecidos, sobre o qual há pouca ou nenhuma variável a ser examinada, que possa ser pertinente ao evento ou experiência estudados (Thompson & Walker, 1998; Creswell, 2009).

Petty et al. (2012a) argumentam que a pesquisa qualitativa fornece melhor compreensão da experiência humana e reconhecem a importância do pesquisador na construção do conhecimento. A investigação qualitativa, em geral, é adotada como uma identificação genérica para amplas e diferentes metodologias de pesquisa, que possuem diferentes desígnios epistemológicos uma vez que esta apresenta nuances da experiência subjetiva, na qual as explicações são pautadas na consciência de cada indivíduo, bem como, nas experiências pessoais destes (Collis & Hussey, 2005; Petty et al., 2012b; Saunders et al., 2009).

Enquanto as pesquisas quantitativas trabalham com dados mensuráveis, analisando frequências e associações numéricas, visando generalizações estatísticas, as pesquisas qualitativas trabalham com os significados e comportamentos, no contexto da vida social (Creswell, 2009; Petty et al., 2012a; Rich & Ginsburg, 1999). O debate entre essas duas abordagens persiste há décadas, com pesquisadores qualitativos que entendem que nem toda realidade pode ser transformada em números e pesquisadores quantitativos que enxergam a pesquisa qualitativa como anedótica e não científica (Nastasi & Schensul, 2005; Petty et al., 2012a). Apesar dos debates que circundam essas diferentes perspectivas, nenhuma dessas abordagens é completa ou perfeita, uma vez que estas possuem pontos fortes e limitações (Rich & Ginsburg, 1999).

Os pesquisadores de estudos qualitativos necessitam de uma base teórica para fundamentar sua perspectiva metodológica, assim como, orientar o processo de coleta, análise e interpretação dos dados (Bear-Lehman, 2002). Na perspectiva de Polit e Beck (2010), os pesquisadores qualitativos analisam seus dados, por meio de reflexões que permitem generalizações analíticas e outras formas de generalizações. Com isso, a pesquisa poderá ter sua qualidade avaliada por demais pesquisadores e estudiosos, haja vista que os critérios da pesquisa foram explicitados (Poortman & Schildkamp, 2012).

Nessa conjuntura, vale salientar alguns apontamentos de Lee (2014) referentes às deficiências mais comuns em estudos qualitativos: inconsistência entre as teorias adotadas, viés de seleção da amostra, explicação inadequada das técnicas de análise dos dados, conclusões impróprias, entre outros. Além do rigor metodológico, outros fatores importantes a serem abordados, acerca da pesquisa qualitativa, referem-se aos critérios de validade e confiabilidade adotadas. Segundo Rich e Ginsburg (1999), protocolos padronizados para a coleta de dados e comparações de diferentes observações são mecanismos essenciais para maximizar a confiabilidade da pesquisa qualitativa. Já para Poortman e Schildkamp (2012, p.1735), a inquirição dos dados por meio de uma “cadeia de evidências”, bem como, a verificação das transcrições dos dados, análises e conclusões por mais de um pesquisador, tornam a validade do estudo qualitativo

ainda mais avançada. Como Graebner et al. (2012, p. 277) apontam, os dados qualitativos podem “capturar detalhes e mecanismos que são facilmente esquecidos em dados quantitativos”.

2.2 A pesquisa em empreendedorismo

A pesquisa em empreendedorismo tem tido crescimento notável desde os anos 70, com a contribuição de grupos de pesquisadores ligados, principalmente, ao campo de estudo referente às pequenas empresas (Aldrich, 2012). Diversas e importantes contribuições foram acrescentadas, advindas de várias disciplinas, caracterizando o campo como multidisciplinar e em fase inicial de desenvolvimento, por causa da escassez de teorias específicas e à existência de uma infinidade de contextos analisados (Low, 2001; Shane & Venkataraman, 2000).

Devido a falta de consenso entre os pesquisadores e a exposição limitada dos temas de empreendedorismo nas revistas mais influentes de gestão, a legitimidade do campo da pesquisa em empreendedorismo vem sendo contestada (Busenitz et al., 2014). Tal legitimidade depende da aceitação e conceituação do que vem a ser o empreendedorismo, assim como, do entendimento de que para desenvolver o campo é preciso definir conceitos próprios e os tornarem aceitos pela comunidade de pesquisadores (Aldrich, 2012; Campos et al., 2012; Landström et al., 2012; Shane, 2012).

Por se tratar de uma disciplina que se desenvolveu de um conjunto de outras ciências, como por exemplo, economia e psicologia, o empreendedorismo agrega e utiliza as metodologias próprias dessas ciências, em seus estudos empíricos (Connelly et al., 2010; Landström et al. 2012; Zachary & Mishra, 2010). Nesse sentido, Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014) afirmam que essas ciências serviram de base para a construção do campo de empreendedorismo, sendo natural verificar que a maioria das pesquisas publicadas na área em *top journals* seja quantitativa (Chandler & Lyon, 2001; McDonald et al., 2004).

A necessidade de atender ao rigor científico, aliada a conveniência das ciências influentes para o empreendedorismo, traz a tendência de uma abordagem de pesquisa positivista (McDonald et al., 2004). Contudo, além da necessidade de variadas abordagens epistemológicas, para Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014), a pesquisa em empreendedorismo necessita da adoção de metodologias qualitativas na construção de teorias. Tal afirmação encontra força nos escritos de Edelman et al. (2014), que reforçam a importância da diversidade de métodos para a construção de teorias. Da mesma forma, Gartner (2001) enfatiza o desenvolvimento e aplicação de distintos métodos para possibilitar a criação de novas lentes teóricas.

A pesquisa qualitativa em empreendedorismo é uma opção pouco utilizada na construção de teorias e publicações nos principais periódicos de gestão (Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014). Essa constatação havia sido realizada por Chandler e Lyon (2001) quando avaliaram nove dos principais periódicos de gestão, verificando o número limitado de pesquisas qualitativas.

Huse e Landström (1997), ao compararem os métodos utilizados nas pesquisas europeias e norte-americanas, constataram que, nesses últimos, os métodos qualitativos foram utilizados principalmente para esclarecer teorias e conceitos. Já na Europa, apesar de não apresentar uma grande quantidade de estudos, a pesquisa qualitativa foi mais utilizada para desenvolver conceitos e modelos que permitiram um melhor entendimento dos fenômenos estudados (Huse & Landstrom, 1997; Welter & Lasch, 2008).

Nesse sentido, Smith et al. (2013), ao avaliarem as práticas de escrita e experiências da pesquisa qualitativa em empreendedorismo, evidenciaram que a pesquisa qualitativa tem um caráter mais filosófico e é mais orientada para a descoberta, compreensão das relações e construção da teoria. Sendo assim, para a construção de teorias próprias e exclusivas de empreendedorismo, visando à construção e legitimação do campo, é preciso a expansão e a valorização das pesquisas qualitativas em empreendedorismo (Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014; Welter & Lasch,

2008). Por manter em grande parte o raciocínio indutivo, a pesquisa qualitativa está mais propensa a identificar categorias conceituais inovadoras e avançar no entendimento do fenômeno estudado, por meio da geração de teorias. Por esse motivo, a pesquisa qualitativa deve ser incentivada no campo de empreendedorismo (Suddaby et al., 2015).

Finalmente, para autores como Javadian et al. (2020) existem várias vantagens associadas à pesquisa qualitativa em teoria organizacional em geral e na pesquisa em empreendedorismo especificamente. Primeiro, os dados qualitativos são abertos. Em outras palavras, pesquisadores não precisam predeterminar construções e medidas precisas a fim de coletar dados qualitativos. Em segundo lugar, os dados qualitativos podem ser concretos e vívidos, o que ajuda a ativar os processos cognitivos que fomentam a desenvolvimento e comunicação de ideias. Terceiro, os dados qualitativos são frequentemente ricos e matizados.

3. METODOLOGIA

Com o intuito de mapear as metodologias qualitativas que têm sido adotadas nos estudos internacionais de empreendedorismo publicados no período de 2010 a 2019 foi realizada uma revisão sistemática da literatura. Para Tranfield et al. (2003) uma revisão sistemática possui três estágios: o primeiro compreende o planejamento da revisão; o segundo, a condução da revisão; e o terceiro a transmissão/disseminação dos dados. Assim, usou-se os três estágios, compostos por oito fases, delineados por Lucena et al. (2021) para a realização da presente revisão sistemática, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Estágios da Revisão Sistemática da Literatura

	Fases	Descrição
Estágio 1: Planejamento da revisão	Fase 1: Identificação da necessidade de uma revisão de literatura	A revisão sistemática da literatura, segundo Henry e Foss (2015), é uma metodologia apropriada no campo de empreendedorismo especialmente quando o volume de evidências é grande e é usada para revisar um grupo particular de periódicos escolhidos pelo critério de relevância, no campo que está sendo estudado.
	Fase 2: Preparação de um protocolo de revisão	A presente revisão de literatura contou com a verificação de 100% dos artigos publicados nos <i>journals</i> <i>JBV</i> e <i>ET&P</i> , entre os anos de 2010 e 2019, portanto, não foi necessária a definição de palavras-chave, nem de <i>strings</i> de busca. Porém, critérios de inclusão e outros delineamentos operacionais foram definidos, conforme descrito no texto, a seguir.
Estágio 2: Realização da revisão	Fase 3: Levantamento dos artigos nas bases de dados	As bases de dados escolhidas levaram em consideração a área do <i>journal</i> e seus fatores de impacto, bem como, a sua disponibilidade no Periódicos Capes. A descrição da fase de levantamento dos artigos selecionados é delineada na sequência.
	Fase 4: Seleção dos artigos relevantes para o estudo	A seleção dos artigos relevantes para esta revisão ocorreu com base nos critérios de inclusão definidos. Estes podem ser verificados adiante.
	Fase 5: Leitura e avaliação dos artigos	A leitura e a avaliação dos artigos ocorreu em duas etapas distintas, a primeira para aplicar os critérios de inclusão e a segunda para identificar as classificações de interesse do presente estudo.
	Fase 6: Extração dos dados	A extração dos dados foi possível mediante leitura minuciosa do título, resumo, introdução e/ou sumário executivo e seção metodológica dos artigos selecionados, para que as categorias analíticas: classificação metodológica, método de pesquisa, instrumentos de coleta de dados, processo amostral/critério de escolha, técnica de análise de dados, triangulação, e, temáticas fossem identificadas.

	Fase 7: Síntese dos dados	A síntese dos dados pode ser consultada na quarta seção, referente as análises e discussões.
Estágio 3: Resultado	Fase 8: Conclusões	Esta fase é apresentada na quinta seção deste estudo.

Fonte: Elaborada pelos autores, com base em Lucena et al. (2021)

O período de 2010 a 2019 foi definido em função de dois motivos principais. O primeiro refere-se à existência de dois estudos seminais de Busenitz et al. (2003) e Busenitz et al. (2014), que identificaram mudanças e tendências no campo do empreendedorismo até 2009, em um período de 25 anos. O segundo motivo foi o de identificar estudos qualitativos, em trabalhos recentes, considerando o estímulo crescente do uso de métodos qualitativos em empreendedorismo para a construção de teorias (Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014).

A decisão de esta pesquisa ser baseada em periódicos internacionais partiu da indicação de pesquisas futuras, do estudo de Oliveira et al. (2020), que realizou levantamento e análise de metodologias qualitativas em pesquisas nacionais, de revistas brasileiras, no período de 2010 a 2015. Já a escolha dos periódicos participantes do estudo seguiu dois critérios pré-estabelecidos: periódicos específicos em empreendedorismo e o fator de impacto destes. Dessa forma, foram selecionados o *Journal of Business Venturing (JBV)* e o *Entrepreneurship, Theory and Practice (ET&P)* que possuem atualmente os fatores de impacto: 12.065 e 10.075, de forma respectiva, conforme informações dispostas nos *sites* dos *journals* (*Journal of Business Venturing [JBV]*, 2021; *Entrepreneurship, Theory and Practice [ET&P]*, 2021), além de serem os únicos periódicos da área de empreendedorismo a constarem no top 10 da seção de *Business and International Management*, no ano de 2020, no *SCImago Journal Rank* – o mais conhecido serviço *online* que ranqueia periódicos acadêmicos de acordo com sua relevância, promovido pela Elsevier (SJR, 2021) –, como destacado na Tabela 2.

Tabela 2- Ranking SJR dos top 10 journals da área de *Business and International Management*

Classificação	Journal	Índice SJR
1	<i>Academy of Management Annals</i>	18.318
2	<i>Academy of Management Journal</i>	11.193
3	<i>Strategic Management Journal</i>	11.035
4	<i>Journal of Consumer Research</i>	8.916
5	<i>Journal of Marketing</i>	7.799
6	<i>Journal of Business Venturing</i>	7.107
7	<i>Journal of Marketing Research</i>	6.321
8	<i>Marketing Science</i>	5.938
9	<i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>	5.512
10	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	5.365

Fonte: *SCImago Journal Rank* (2021)

Além disso, McMullen (2019) destaca a relevância desses dois periódicos quando destaca que, de acordo com a *Web of Science*, JBV e ETP classificaram como 10^a e 16^a, respectivamente, em um *ranking* de 2017 de todas as revistas de negócios. Também é válido ressaltar que Javadian et al. (2020) em pesquisa recente em 460 artigos, publicados em quarenta e cinco periódicos fizeram uma revisão do estado da arte sobre o uso de pesquisa qualitativa em empreendedorismo por um período de trinta anos e encontraram que cerca de 56% dos artigos da amostra foram

publicados em periódicos de empreendedorismo (por exemplo, *Journal of Business Venturing and Entrepreneurship Theory & Practice*), 26% nas revistas de gestão geral (por exemplo *Academy of Management Journal* e *Journal of Management Studies*) e 18% em outras revistas (por exemplo, *European Journal of Marketing*).

O levantamento dos artigos foi realizado utilizando a plataforma do Periódicos CAPES (Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior), que permitiu acesso livre e direto aos *journals*, no período mencionado. Após esse levantamento foram identificados mais de 900 documentos eletrônicos, entre artigos científicos, erratas, obituários e editoriais, nas 120 edições, dos dois periódicos, no período de 2010 a 2019. Posteriormente, todos os arquivos que não eram no formato de artigos acadêmicos, foram excluídos por não comporem o objetivo da pesquisa. Assim, a amostra inicial contou apenas com as cópias eletrônicas dos artigos científicos, perfazendo um total inicial de 897 artigos. Destes artigos, 434 (48,0%) são da *JBV* e 463 (52,0%) da *ET&P*.

O tratamento e análise dos artigos iniciaram com a separação dos 897 artigos em pastas identificadas por periódico e por ano, respectivamente, e, em seguida, respeitando a dissociação primária, foram analisados um a um e classificados quanto às metodologias utilizadas, em pastas específicas. Em seguida, dois critérios de inclusão foram aplicados, dessa forma, todos os estudos identificados como (1) qualitativos e os (2) qualitativos/quantitativos, com predominância qualitativa foram identificados resultando em 103 artigos qualitativos e 5 artigos qualitativos/quantitativos, com predominância qualitativa, em ambos os periódicos, no período estudado, perfazendo uma amostra final de 108 artigos analisados.

Após esses procedimentos iniciais, os 108 artigos que compunham a amostra final foram analisados novamente, de forma minuciosa, para a identificação das categorias analíticas, que são objeto do presente trabalho: classificação metodológica dos estudos (Hofer & Bygrave, 1992; McDonald et al., 2015; Mullen et al., 2009), método de pesquisa (Guercini, 2014; Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014), instrumentos de coleta de dados (Creswell, 2009; Petty et al., 2012b; Rich & Ginsburg, 1999), processo amostral/critério de escolha (Cherques, 2009), técnica de análise de dados (Eisenhardt, 1989; Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014), triangulação (Benjumea, 2015; Thompson & Walker, 1998; Yin, 2010), e, temáticas abordadas (Campos et al., 2012). A partir da leitura cuidadosa dos artigos foi-se catalogando as informações, de acordo com cada categoria analítica examinada.

Assim, pode-se resumir os procedimentos utilizados para coleta e tratamento dos dados da presente pesquisa da seguinte forma: (1) definição dos periódicos *JBV* e *ET&P*, mediante a relevância no campo de empreendedorismo e fator de impacto; (2) acesso às cópias eletrônicas dos artigos científicos dos periódicos *JBV* e *ET&P*, por meio do Periódicos Capes; (3) análise e separação primária dos artigos científicos, de acordo com as metodologias de pesquisa; (4) identificação dos artigos com metodologias qualitativas e qualitativas/quantitativas com predominância qualitativa; (5) identificação e classificação das categorias analíticas, objeto do estudo; (6) elaboração dos gráficos e tabelas, a partir das categorias identificadas; e (7) análise dos dados. A seguir apresentam-se as análises e discussões dos dados coletados.

4. ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS DADOS

As subseções a seguir explorarão os achados identificados nos artigos selecionados. A primeira seção, quanto a classificação metodológica, avaliará os 897 artigos da amostra inicial, por se tratar de uma classificação geral. As demais seções (método de pesquisa, instrumentos de coleta de dados, processo amostral/critério de escolha, técnica de análise de dados, triangulação, e,

temáticas abordadas) analisarão os 108 artigos da amostra final, por se referirem às classificações específicas das metodologias qualitativas, que são de interesse da presente pesquisa.

4.1 Classificação metodológica dos estudos

Os 897 estudos identificados na *JBV* e *ET&P* foram classificados da seguinte forma: teóricos/conceituais, quantitativos, qualitativos, qualitativos/quantitativos e caso de ensino. Na Tabela 3 verifica-se as classificações dos estudos adotados na *JBV* e *ET&P*, no período de 2010 a 2019.

Tabela 3- Classificação dos estudos em empreendedorismo da *JBV* e *ET&P* no período de 2010 a 2019

Ano	Teóricos Conceituais		Quantitativos		Qualitativos		Qualitativos/ Quantitativos		Caso Ensino		Total	
	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%	<i>JBV</i> e <i>ET&P</i>	%
2010	22	2,5%	47	5,2%	9	1,0%	5	0,6%	3	0,3%	86	9,6%
2011	29	3,2%	48	5,4%	10	1,1%	2	0,2%	5	0,6%	94	10,5%
2012	15	1,7%	58	6,5%	8	0,9%	2	0,2%	4	0,4%	87	9,7%
2013	21	2,3%	64	7,1%	12	1,3%	1	0,1%	5	0,6%	103	11,5%
2014	20	2,2%	66	7,4%	10	1,1%	0	0,0%	5	0,6%	101	11,3%
2015	14	1,6%	65	7,2%	16	1,8%	3	0,3%	4	0,4%	102	11,4%
2016	10	1,1%	63	7,0%	5	0,6%	5	0,6%	5	0,6%	88	9,8%
2017	7	0,8%	51	5,7%	10	1,1%	3	0,3%	4	0,4%	75	8,4%
2018	12	1,3%	46	5,1%	14	1,6%	4	0,4%	0	0,0%	76	8,5%
2019	15	1,7%	57	6,4%	9	1,0%	4	0,4%	0	0,0%	85	9,5%
Total	165	18,4%	508	63,0%	103	11,5%	25	3,2%	35	3,9%	897	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Comparando os resultados desta pesquisa com os encontrados por Javadian et al. (2020) realizados em quarenta e cinco periódicos de áreas diversas, verificou-se que, cerca de dois terços da amostra, 325 de 460 artigos, foram codificados como elaboração de teoria. Também foi identificado que 108 artigos (cerca de 23% da amostra total) poderiam ser considerados como geração de teoria porque eles procuraram criar uma nova teoria que produziu proposições de pesquisa testáveis. No entanto, foi encontrado, no referido estudo, que 27 artigos (cerca de 6%) em amostra testaram a teoria existente, sugerindo que o teste de teoria não é um foco em estudos qualitativos da área de empreendedorismo.

Quando se observa os artigos na *JBV* e *ET&P*, verifica-se que as pesquisas quantitativas se sobressaem em relação às outras classificações observadas, no período analisado. Dessa forma, nota-se que os estudos publicados nesses *journals* foram predominantemente de natureza quantitativa, com uma frequência relativa total de 63,0%. Já a frequência dos estudos qualitativos, foi de apenas 11,5%, aparecendo como a terceira opção mais frequente, atrás, inclusive, dos estudos teóricos conceituais, que apresentaram frequência relativa de 18,4%. Esse fato corrobora com o disposto por Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014), que apontaram que a pesquisa qualitativa em empreendedorismo é uma opção pouco utilizada na construção de teorias.

Esses dados também legitimam os achados de McDonald et al. (2015) que constataram que, embora os estudos quantitativos apresentem queda no período analisado, estes continuam a dominar os estudos internacionais na área de empreendedorismo. Assim como, em McDonald et al. (2015), outros estudos apontaram a predominância de pesquisas quantitativas nos estudos em empreendedorismo, como por exemplo, Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014); Hofer e Bygrave (1992) e Mullen et al. (2009).

De acordo com Lindgren e Packendorff (2009), esses resultados evidenciam um problema para o campo de empreendedorismo, não pelo uso da metodologia quantitativa em si, mas pelo fato

de a maioria dos estudos de natureza quantitativa, se preocupar apenas em estabelecer correlações, investigações de hipóteses e testes numéricos, e se distanciarem de questões importantes referentes à epistemologia, ontologia e ideologia da pesquisa em empreendedorismo, assim como da complexidade do contexto do empreendedor. Um fator que poderia explicar a predominância dos estudos quantitativos no campo do empreendedorismo refere-se à influência de áreas que são basilares como a sociologia e a economia (Connelly et al., 2010; Landström et al., 2012; Zachary & Mishra, 2010).

4.2 Métodos de pesquisa

Considerando-se os métodos de pesquisa que foram adotados nos 108 artigos identificados como qualitativos ou predominantemente qualitativos, observa-se que os métodos qualitativos foram diversificados: multimétodo, qualitativo/revisão da literatura, *grounded theory*, qualitativo/entrevista, estudo de caso, análise documental, pesquisa etnográfica, análise do discurso, *process-tracing research*, método interpretativista, *problematization methodology*, observação sociológica estruturada, análise de narrativa, *alternate template research* e síntese sistemática.

Evidenciam-se na Figura 1 os métodos mais adotados: estudo de caso com frequência total de 39%, qualitativo/entrevista com 18%, multimétodo com 15% e *Grounded Theory* com 8% e qualitativo/revisão da literatura com 6%. Juntos, esses métodos representam 86% dos métodos utilizados nos estudos analisados. Todos os demais métodos indicados formam juntos 14%, e, estão indicados na categoria “Outros”.

Figura 1- Métodos de pesquisa dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Apesar da variedade de métodos, identificou-se que o estudo de caso se apresentou com maior destaque nesses estudos qualitativos. Foi observado em variadas formas, como estudo de caso único, revelador, em profundidade, múltiplo e longitudinal, sendo os casos múltiplos os mais frequentes. Observou-se também que o método de estudo de caso possuiu marcante presença nas configurações multimétodos.

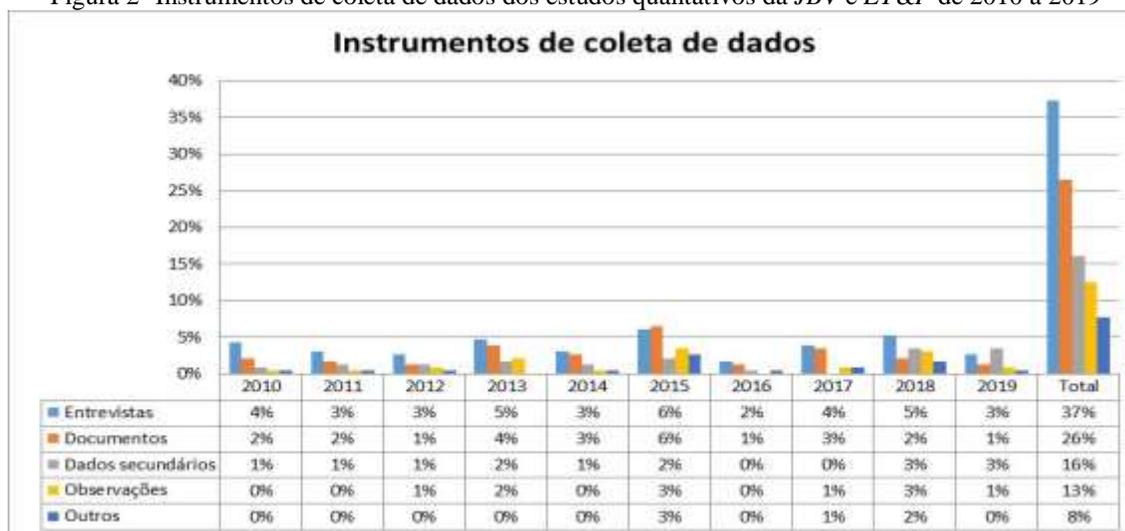
Essas evidências são coerentes com os achados por Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014) que ao realizarem um estudo acerca das pesquisas qualitativas em empreendedorismo no período de 2007 a 2012, constataram nos 111 estudos qualitativos analisados que os principais métodos

utilizados foram estudo de caso com 37,84%, entrevistas com 18,02%, e *Grounded Theory* com 11,71%. O destaque para o método de estudo de caso pode ser explicado pelo fato de este método envolver questões do tipo “como”, possibilitando maiores esforços da investigação para obter respostas de contextos contemporâneos e complexos, e demonstrando ao mesmo tempo maior realismo e relevância dos achados dos estudos (Gummesson, 2006; Yin, 2010). Esses resultados também foram coerentes com os encontrados por Javardian et al. (2020) que encontraram que cerca de dois terços da amostra, ou 62%, adotaram uma abordagem de estudo de caso, com 177 artigos usando estudos de caso múltiplos e 108 baseados em estudos de caso único. Nessa amostra foi observado que 41 artigos foram codificados como *Grounded Theory*, seguidos de 39 para narrativas, 30 para fenomenologia e 22 para etnografia.

4.3 Instrumentos de coleta de dados

Assim como Creswell (2009), Petty et al. (2012b) expõem diversas formas tradicionais em que os dados podem ser coletados, como por exemplo, por meio de entrevistas, análises de documentos, dados audiovisuais e imagens. Rich e Ginsburg (1999) destacam que os dados de uma pesquisa qualitativa podem ser obtidos por meio de observações de campo, narrativas orais ou escritas e textos. Já Flick (2013) apresenta as mídias sociais (por exemplo, o *Facebook*) como novas fontes de coletas de dados e destaca que estas têm sido fontes de evidências relevantes no século XXI. Desse modo, a Figura 2 permite visualizar os instrumentos de coleta de dados utilizados nos 108 estudos analisados, no período de 2010 a 2019.

Figura 2- Instrumentos de coleta de dados dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Os resultados demonstram que os quatro instrumentos mais utilizados para a coleta de dados foram as entrevistas (37%), os documentos (26%), os dados secundários (16%) e as observações (13%), totalizando 92% dos instrumentos utilizados. Os demais instrumentos para a coleta de dados identificados, e, que juntos perfazem 8%, são: fotografias, questionários, notas de campo, *graphic elicitation methods* e a técnica de desenhos.

Em ambos os periódicos, percebe-se a predominância da utilização de entrevistas e documentos para a coleta de dados das pesquisas. Em geral, foram utilizadas entrevistas semi-estruturadas para basear os estudos de caso e os documentos para complementar os dados e análises dos casos, demonstrando o estabelecido por Yin (2010, p. 109) “o uso mais importante de

documentos é corroborar e valorizar as evidências oriundas de outras fontes”. Portanto, os achados apontam que a maior parte dos estudos que utilizam diversas fontes de dados usam os documentos como complementos de outras fontes de dados, que são determinadas como fontes principais.

Dados secundários e observações também são utilizados por boa parte dos estudos como complemento para informações coletadas nas entrevistas. Os dados secundários até podem ser utilizados como fonte principal para pesquisas qualitativas, porém, como destacado por Yin (2010), este ainda demonstra importância direta no complemento dos estudos. Já as observações são facilmente utilizadas juntamente com as entrevistas, pois constituem uma oportunidade de coleta de informações complementares e possibilitam capturar aparências e comportamentos (Yin, 2010). Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014) ressaltaram que a utilização desses instrumentos depende do tema de investigação e nível de conhecimentos relacionados, possibilitando a triangulação.

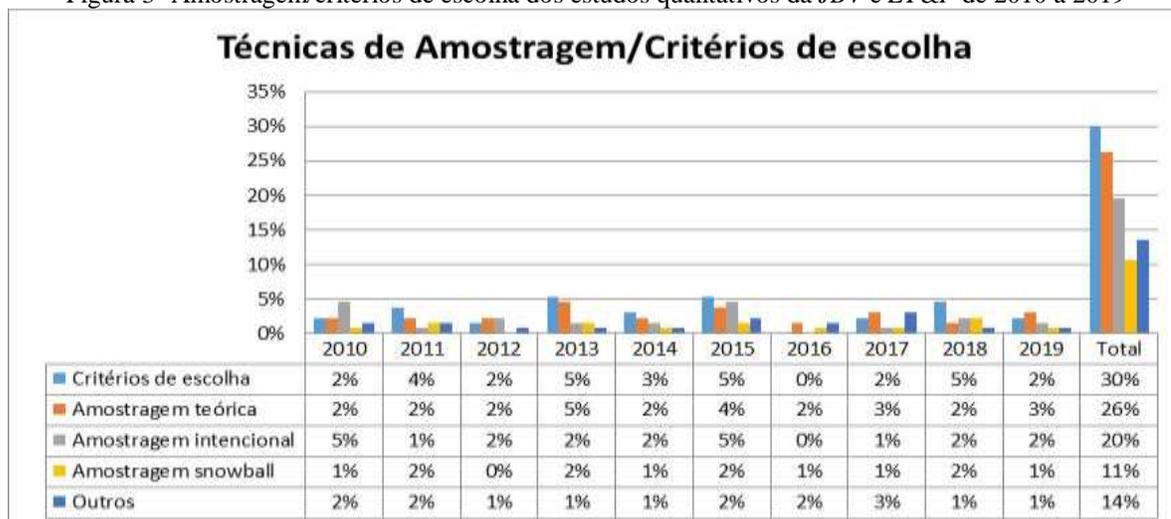
É importante ressaltar que a grande maioria dos artigos analisados utilizou mais de uma fonte de coleta de dados, seja para complementar as informações coletadas nas fontes principais, seja para descobrir informações que não se deixaram transparecer, em decorrência das limitações das fontes de dados primárias utilizadas.

Esses resultados são relativamente diferentes dos encontrados na revisão de Javardian (2020) que revelou que cerca de metade dos artigos analisados usaram vários métodos para a coleta de dados. Especificamente, 46% dos artigos da amostra usaram apenas um método de coleta de dados, 34% usaram dois e 20% usaram três ou mais métodos de coleta de dados. Notavelmente, a maioria dos estudos de coleta de dados "híbridos" na amostra incluíram entrevistas como um forma primária de obtenção de informações (cerca de 60% da amostra de entrevistas utilizadas). Além disso, destaca-se que vários estudos que usaram entrevista como fonte principal foram complementados com informações obtidas de outras fontes (por exemplo, site corporativo, arquivos da empresa), muitas vezes com o objetivo de aumentar a validade e confiabilidade. No entanto, destacam Javardian (2020), raramente foi explicado nesses estudos até que ponto os esforços de triangulação foram realmente bem-sucedidos ou não. Os estudos categorizados nesta pesquisa como "métodos híbridos" geralmente não atribuíram diferentes elementos dos dados a fontes específicas.

Quanto aos estudos multimétodos, Guercini (2014), argumenta que a pesquisa qualitativa adquire maior importância quando é realizada por meio das diferentes lentes de métodos, sejam eles qualitativos e/ou quantitativos, assim como quando utilizam *softwares* e análises mais estruturadas.

4.4 Técnicas de amostragem/critérios de escolha

Cherques (2009) afirma que estudos qualitativos usam com maior frequência amostragens por conveniência e intencional, apesar de a amostragem por probabilidade ser possível em alguns casos. A Figura 3 demonstra as principais técnicas de amostragem/critérios de escolha adotados nos estudos qualitativos e predominantemente qualitativos da *JBV* e *ET&P*, no período de 2010 a 2019.

Figura 3- Amostragem/critérios de escolha dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019

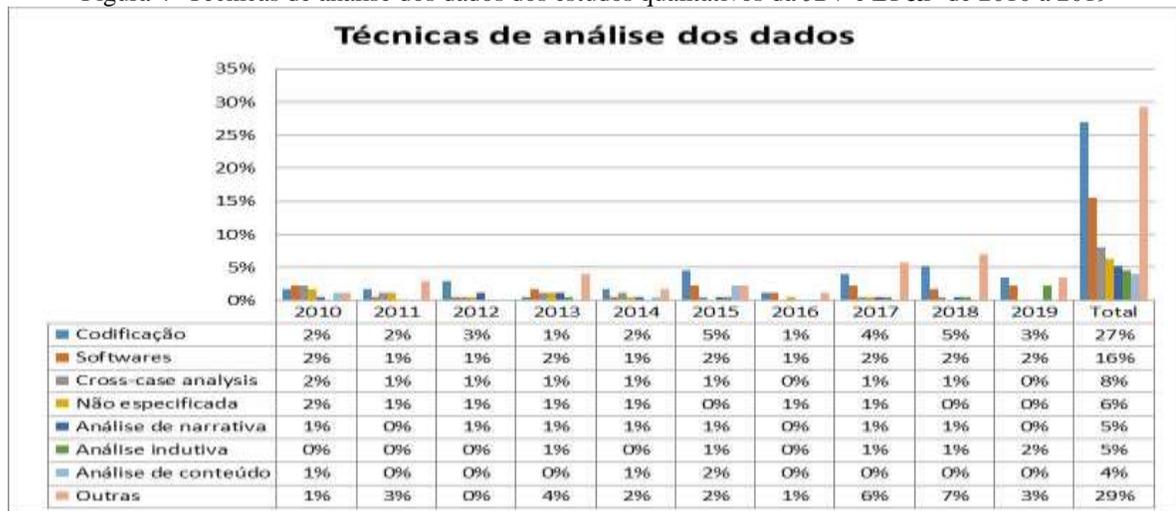
Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Os dados desta pesquisa apontam que os critérios de escolha e a amostragem teórica foram as principais técnicas utilizadas nos estudos analisados, apresentando frequências de 30% e 26%, respectivamente. Identificou-se também que a amostragem intencional foi a técnica escolhida em 20% dos estudos analisados, sendo uma das três mais utilizadas nas pesquisas averiguadas. Já em 11% dos estudos, a técnica utilizada foi à amostragem *snowball*. Essas principais técnicas foram utilizadas em 86% dos estudos analisados.

Evidencia-se ainda que em 9% dos estudos não foram especificadas as técnicas de amostragem ou os critérios adotados. Esse percentual faz parte da categoria “Outros” e possui frequência total de 13%. O resultado de 9%, explicitado acima, pode ser explicado pelo fato de haver diversas abordagens metodológicas identificadas nos artigos analisados, suscitando diversos enfoques para a seleção dos objetos, atores e casos das pesquisas. Em contraposição é importante salientar que em vários estudos (aproximadamente 20%) foram utilizadas duas ou mais técnicas de amostragem/critérios de escolha.

4.5 Técnicas de análise dos dados

As análises qualitativas são essenciais para a pesquisa em empreendedorismo, já que de acordo com Hofer e Bygrave (1992) muitos pesquisadores realizam suas pesquisas com análises desprovidas do rigor necessário para o avanço do domínio do empreendedorismo. A Figura 4 destaca as técnicas de análise mais adotadas nos artigos dos periódicos *JBV* e *ET&P*, no período.

Figura 4- Técnicas de análise dos dados dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Dentre as técnicas de análise de dados mais frequentes, destacam-se a codificação com 27%, a utilização de *softwares* de análise qualitativa, como o Nvivo, Atlas.ti, *QDA* e *Dedoose*, com 16%, e a *cross-case analysis* com 8%. Também merecem destaque, as técnicas de análise de narrativa e análise indutiva, que representam 5%, além da análise de conteúdo com uma frequência de 4%. Essas técnicas destacadas totalizam 71% das técnicas adotadas nos estudos examinados. Vale ressaltar ainda que em 6% destes estudos não foi possível identificar as técnicas de análise utilizadas, já que os autores apenas realizaram descrições, sem denominá-las, havendo diversas interpretações possíveis caso fossem categorizadas.

Conforme explanado anteriormente, a técnica de análise de dados mais utilizada foi a codificação, e este fato demonstra a preocupação dos estudos com rigor metodológico. Como ressalta Patton (2002 citado em Hlady-Rispal & Jouison-Laffitte, 2014, p. 609), a codificação e análise de padrão, bem como, o rigor sistemático de procedimentos de campo, fortalecem as evidências e provam as suposições sobre a realidade estudada.

Realizando-se um paralelo com o estudo de Hlady-Rispal e Jouison-Laffitte (2014) pode-se identificar a importância da utilização dessas técnicas de análise de dados como fator de validação e qualidade da pesquisa. Nesse mesmo sentido, percebe-se a importância da utilização de *softwares* para o auxílio no tratamento dos dados qualitativos, buscando legitimar os achados na pesquisa, por ser mais um critério de validação dos dados (Atherton & Eslmor, 2007; Lage & Godoy, 2008).

Uma vez que o estudo de caso foi o método mais utilizado, nas pesquisas verificadas, a técnica de *cross-case analysis*, em consonância com esta evidência, aparece entre as três mais utilizadas, pois esta visa à replicação de casos, bem como, busca prever resultados semelhantes ou contrários, quando são elaboradas comparações entre os casos estudados (Eisenhardt, 1989).

É importante destacar que foi identificada uma grande diversidade de técnicas de análise de dados, que estão classificadas na categoria “Outras” (29%), e, dentre estas, vale destacar a técnica de análise individual cruzada que nos últimos três anos (2017 a 2019) vêm sendo abordada em crescente constante. Ressalta-se também que vários estudos utilizaram mais de uma técnica de análise de dados, a depender das etapas de análises que foram determinadas na pesquisa.

4.6 Triangulação

Em pesquisas qualitativas a triangulação é usada não para procurar uma única realidade ou um fato objetivo, mas sim enriquecer os dados (Benjumea, 2015; Thompson & Walker, 1998). De acordo com Yin (2010), a triangulação pode ocorrer por meio de quatro formas diferentes, mas não excludentes: de fonte de dados (triangulação por meio dos diversos tipos de dados obtidos para o estudo); de pesquisadores (triangulação de diferentes tipos de investigadores); de perspectivas acerca do mesmo conjunto de dados (triangulação teórica); e de métodos (triangulação por meio da adoção de diversas abordagens metodológicas). Para a presente pesquisa, foram analisados três dos quatro tipos de triangulação: a de fontes de dados, de pesquisadores e de métodos, uma vez que os objetos da pesquisa se referem a critérios metodológicos, não teóricos. A Figura 5 destaca os tipos de triangulação identificados nos estudos analisados.

Figura 5-Tipos de triangulação dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Os resultados mostram que entre os tipos de triangulação analisados, os que mais se destacaram foram a triangulação de fonte de dados e a triangulação de pesquisadores, ambas, apresentando frequência total de 43%. Em apenas 10% dos estudos foi identificada a triangulação de métodos. De acordo com Flick (2013), nas pesquisas qualitativas têm sido longa a discussão referente à adoção de várias abordagens metodológicas (triangulação metodológica), mas é na fase de coleta de dados que ocorre a principal forma de triangulação dos estudos qualitativos, corroborando os achados dessa pesquisa.

Observa-se ainda a elevação da triangulação de pesquisadores nos últimos cinco anos (2015 a 2019), com frequência de 26%. Esta foi a maior elevação de frequência, entre as formas de triangulação analisadas. Este dado evidencia que nos últimos anos, nos periódicos analisados, as pesquisas em empreendedorismo vêm se preocupando cada vez mais com a validade e fidedignidade dos dados e conseqüentemente com a solidificação da área. Para Poortman e Schildkamp (2012) a verificação das transcrições dos dados, análises e conclusões por mais de um pesquisador, ou seja, a triangulação de pesquisadores corrobora a validade do estudo qualitativo.

4.7 Temáticas dos estudos

A presente pesquisa identificou diversas temáticas nos estudos em empreendedorismo, conforme o evidenciado na pesquisa de Campos et al. (2012) e Teixeira et al. (2018). Os artigos analisados foram classificados nas seguintes temáticas: Cognição e Empreendedorismo, Estratégia

e Empreendedorismo, Sustentabilidade/Social e Empreendedorismo, Contabilidade/Finanças e Empreendedorismo, Equipes e Empreendedorismo, Fracasso e Empreendedorismo, Internacional e Empreendedorismo, Institucional e Empreendedorismo, Empresa familiar e Empreendedorismo, Novos negócios e Empreendedorismo, Mulher e Empreendedorismo, Teoria e Empreendedorismo, Comunidade e Empreendedorismo, Sociologia e Empreendedorismo, Novas temáticas. Foram identificadas 14 temáticas genéricas e 1 agrupamento para novas temáticas, totalizando as 15 áreas genéricas, com 41 subáreas. Verificam-se na Tabela 4 os diversos temas de pesquisa adotados nos 108 estudos examinados, no período de 2010 a 2019.

Tabela 4- Temáticas dos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019

Campo	Áreas de pesquisa	Subáreas	Período										Total por subárea	Frequência por subárea	Total por área	Frequência por área
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019				
Empreendedorismo	1 Cognição e Empreendedorismo	1 Identificação de oportunidades	1					1		1			3	2,78%	11	10,19%
		2 Formação de oportunidades			1		1				1		3	2,78%		
		3 Identidade empreendedora							1	1	1		3	2,78%		
		4 Aprendizagem		1		1							2	1,85%		
	2 Estratégia e Empreendedorismo	5 Estratégias de crescimento	2				1						3	2,78%	7	6,48%
		6 Capital social								1			1	0,93%		
		7 Diferenciação									1		1	0,93%		
		8 Recursos				1	1						2	1,85%		
	3 Sustentabilidade/ Social e Empreendedorismo	9 Desenvolvimento sustentável	1					2		1			4	3,70%	20	18,52%
		10 Oportunidades em empreendedorismo social	2										2	1,85%		
		11 Responsabilidade social	1	1						2	1		5	4,63%		
		12 Impacto social									2		2	1,85%		
		13 Organização pró-social									3		3	2,78%		
	4 Contabilidade/ Finanças e Empreendedorismo	14 Empresa social/ Legitimidade	1			1			1	1			4	3,70%	5	4,63%
		15 Capital de risco		1		1		1		1			4	3,70%		
	6	16 Microfinanças				1							1	0,93%	6	5,56%
		17 Desempenho	1					1					2	1,85%		
	7	18 Fracasso		1		1		3	1				6	5,56%	8	7,41%
		19 Revisão sistemática em (EI)		2	1								3	2,78%		
	8	20 Empreendedorismo internacional	1	1			1				1	1	5	4,63%	7	6,48%
		21 Novas formas de organização		1						1			1	0,93%		
		22 Empreendedorismo corporativo								1			1	0,93%		
	9	23 Mudança institucional	1			1		1		2			5	4,63%	13	12,04%
		24 Empreendedorismo transgeracional					1	2	1				4	3,70%		
		25 Formação de equipes				2					2		4	3,70%		
	10	26 Comportamento empreendedor			3	1	1						5	4,63%	4	3,70%
		27 Spin-off		1									1	0,93%		
		28 Negócios emergentes						2				1	3	2,78%		
	11	29 Empreendedorismo feminino			2			2		1	1	1	7	6,48%	7	6,48%
		30 Vendas e empreendedorismo								1			1	0,93%		
	12	31 Pobreza e empreendedorismo										1	1	0,93%	5	4,63%
		32 Abordagem teórica										1	1	0,93%		
		33 Abordagem metodológica	1									1	2	1,85%		
	13	34 Mudança sócio-econômica						1					1	0,93%	1	0,93%
	14	35 Laços de Investimento					2						2	1,85%	5	4,63%
		36 Cultura empreendedora				1				1			2	1,85%		
		37 Alianças/parcerias					1						1	0,93%		
	15	38 Mídias sociais		1			1						2	1,85%	7	6,48%
		39 Instituições ilegítimas/ Crime e Empreendedorismo				1							1	0,93%		
		40 Empreendedorismo e aceleradoras corporativas										1	1	0,93%		
		41 Emoção empreendedora			1		1	1					3	2,78%		
Total			12	10	8	12	10	17	5	11	14	9	108	100,00%	108	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2020). Tabela adaptada de Campos et al. (2012).

Verifica-se a grande variedade de temáticas existentes no campo de empreendedorismo, assim como o exposto por Jennings et al. (2015), quando afirmam que na área de empreendedorismo existem infinitudes de novos temas que continuam a ser levantados. Observa-se também que devido a essa grande variedade de temas, nenhum dos temas de pesquisa identificados apareceu regularmente em todos os anos, sendo que alguns apareceram apenas uma única vez. Na Figura 6 as temáticas são apresentadas visualmente por ordem crescente de frequência.

Figura 6- Temáticas mais frequentes nos estudos qualitativos da *JBV* e *ET&P* de 2010 a 2019



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Entre as temáticas de maior destaque, nos estudos analisados, estão às temáticas de sustentabilidade/social e empreendedorismo, com 18,52%, e as relacionadas à empresa familiar no contexto do empreendedorismo, com frequência de 12,04%, evidenciando interesse ativo por estas temáticas. Em contrapartida, comunidade e empreendedorismo, e equipes e empreendedorismo, apresentaram a menor frequência observada, com o correspondente a 0,93% e 1,85%, respectivamente.

Fazendo um paralelo com o estudo de Campos et al. (2012), observa-se que este identificou como as correntes de pesquisa mais frequentes: contabilidade/finanças e empreendedorismo com 17,6%, e psicologia e empreendedorismo com 15,8%, ao passo que as temáticas menos identificadas nos estudos analisados foram referentes as franquias e empreendedorismo, com frequência de 0,5%, e ética e empreendedorismo, com 0,3%.

Verifica-se que o empreendedorismo vem se configurando como uma vasta área de diferentes temáticas, que emergem a todo o momento, devido ser este um campo multidisciplinar, e, conseqüentemente, dinâmico. Destarte, as influências diretas de diversas áreas vêm servindo como catalisadoras para as discussões e construções no campo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que a grande maioria dos artigos publicados na *JBV* e *ET&P* são predominantemente quantitativos, demonstrando que ainda é latente a influência, no campo do empreendedorismo, de áreas precursoras como a psicologia, sociologia e economia. Desse modo, tal como sugerem Gummesson (2006) e McDonald et al. (2015), a pesquisa quantitativa demonstra notável superioridade nos estudos em empreendedorismo, apesar de sua incapacidade em lidar com o contexto complexo do empreendedor, fato que é mais bem atendido pelas pesquisas qualitativas. Destarte, levando-se em consideração a natureza dinâmica e holística do empreendedor, evidencia-se a importância da utilização da pesquisa qualitativa na área, e, conseqüentemente, a necessidade do aumento no número de pesquisas que atendam a essa abordagem metodológica.

Por sua vez, em relação ao método de pesquisa, ao instrumento de coleta de dados, ao processo amostral, à técnica de análise dos dados e à triangulação, as mais frequentes foram, respectivamente: o estudo de caso, a entrevista, o critério de escolha, a codificação e a triangulação de pesquisadores/fonte de dados. De um modo geral, foi possível observar uma crescente preocupação acerca do rigor metodológico nos estudos qualitativos analisados. Nesse sentido, identificou-se o uso de diversos métodos de pesquisa, instrumentos de coleta e processos amostrais que configuraram a busca por profundidade dos dados coletados e parâmetros com a teoria, bem como, a utilização de triangulação e técnicas rigorosas de coleta e análise dos dados.

No que concerne à categoria analítica das temáticas, a que apresentou maior frequência foi a que se refere ao empreendedorismo sustentável/social. Contudo, ressalta-se que historicamente o campo de empreendedorismo apresenta uma variedade de temáticas de pesquisa, com domínios desconectados, impactando na formação da disciplina e na mudança das principais temáticas de investigação ao longo do tempo (Gartner et al., 2006), fato que foi notado na presente pesquisa. Landström et al. (2012) destacam ainda que essa diversidade de temas denota a fragmentação do campo e essa falta de constância nas temáticas pode promover um reflexo negativo para a construção do conhecimento.

Finalmente, apesar das dificuldades das pesquisas qualitativas no campo de pesquisa em empreendedorismo, esse artigo verificou que estudos com estas abordagens vêm ganhando mais espaço mediante a publicação de pesquisas em periódicos com maior impacto. Esse movimento parece ser relevante, uma vez que pesquisas qualitativas possibilitam estudos mais próximos do contexto empreendedor, além da geração de teorias que ajudam a compreender o multifacetado e complexo fenômeno do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- Aldrich, H. E. (2012). The emergence of entrepreneurship as an academic field: a personal essay on institutional entrepreneurship. *Research Policy*, 41(7), 1240-1248.
- Atherton, A. & Eslmore, P. (2007). Structuring qualitative enquiry in management and organization research: a dialogue on the merits of using software for qualitative data analysis. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 2(1), 62-77.
- Bear-Lehman, J. (2002). A word about qualitative research. *Journal of Hand Therapy*, 15(1), 85-86.
- Benjumea, C. de La C. (2015). The quality of qualitative research: from evaluation to attainment. *Text Context Nursing*, 24(3), 883-890.
- Busenitz, L. W., Plumer, L. A., Klotz, A. C., Shahzad, A., & Rhoads, K. (2014). Entrepreneurship research (1985-2009) and the emergence of opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(5), 1-20.
- Busenitz, L. W., West III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.
- Campos, H. M., Parellada, F. S., & Palma, Y. (2012). La estructura intelectual de la investigación sobre emprendimiento: visita al colegio invisible. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 14(42), 41-58.
- Chandler, G. N., & Lyon, D. W. (2001). Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: the past decade. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(4), 101-113.
- Cherques, H. R. T. (2009). Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. *Revista PMKT 03*, 20-27.
- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração*. (2. ed.). Bookman.
- Connelly, B. L., Ireland, R. D., Reutzell, C. R., & Coombs, J. E. (2010). The power and effects of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 34(1), 131-149.
- Cornelius, B., Landström, H., & Persson, O. (2006). Entrepreneurial studies: the dynamic research front of a developing social science. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30(3), 375-398.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (3. ed.). SAGE Publications.
- Edelman, L. F., Manolova, T. S., Brush, C. G., & Latham, S. (2014). Measuring progress in entrepreneurship research. In Elgar, E, *Handbook of research methods and applications in entrepreneurship and small business*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theory from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Entrepreneurship Theory and Practice*: SAGE Journals. (2021). SAGE Journals. <https://journals.sagepub.com/home/etp>

Ferigato, S. H., & Carvalho, S. R. (2011). Pesquisa qualitativa, cartografia e saúde: conexões. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 15(38), 663-675.

Flick, U. (2013). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. SAGE Publications LTD.

Gartner, W. B., & Birley, S. (2002). Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 387–395.

Gartner, W. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27–40.

Gartner, W. B., Davidsson, P., & Zahra, S. A. (2006). Are you talking to me? The nature of community in entrepreneurship scholarship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3), 321-331.

Graebner, M. E., Martin, J. A., & Roundy, P. T. (2012). Qualitative data: Cooking without a recipe. *Strategic Organization*, 10(3), 276–284.

Guercini, S. (2014). New qualitative research methodologies in management. *Management Decision*, 52(4), 662-674.

Gummesson, E. (2006). Qualitative research in management: addressing complexity, context and persona. *Management Decision*, 44(2), 167-179.

Henry, C., & Foss, L. (2015). Case sensitive? A review of the literature on the use of case method in entrepreneurship research". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(3), 389 – 409.

Hlady-Rispal, M., & Jouison-Laffitte, E. (2014). Qualitative research methods and epistemological frameworks: a review of publication trends in entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 52(4), 594–614.

Hofer, C. W., & Bygrave, W. D. (1992). Researching entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), 91-100.

Huse, M., & Landström, H. (1997). European entrepreneurship and small business research: methodological openness and contextual differences. *International Studies of Management & Organization*, 27(3), 3–12.

Javadian, G., Dobratz, C., Gupta, A., Gupta, V. K., & Martin, J. A. Qualitative Research in Entrepreneurship Studies: A State-of-Science. *The Journal of Entrepreneurship*, 1-36.

Jennings, J. E., Edwards, T., Jennings, P. D., & Delbridge, R. (2015). Emotional arousal and entrepreneurial outcomes: combining qualitative methods to elaborate theory. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 113–130.

Journal of Business Venturing - Journal - Elsevier. (2021). Site search. <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-venturing>

Lage, M. C., & Godoy, A. S. (2008). O uso do computador na análise de dados qualitativos: questões emergentes. *Revista De Administração Mackenzie*, 9(4), 75-98.

- Landström, H., Harirchi, G., & Åström, F. (2012). Entrepreneurship: exploring the knowledge base. *Research Policy*, *41*(7), 1154–1181.
- Lee, Y. (2014). Insight for writing a qualitative research paper. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, *43*(1), 94–97.
- Lindgren, M., & Packendorff, J. (2009). Social constructionism and entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *15*(1), 25–47.
- Low, M. B. (2001). The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *25*(4), 17–25.
- Lucena, J. P. O., Medeiros, J. V. Jr., & Oliveira, M. A. (2021). Governança de projetos na administração pública: uma revisão sistemática da literatura internacional. *Revista de Gestão e Projetos (GeP)*, *12*(2), 85-109.
- McDonald, S., Gan, B. C., & Anderson, A. R. (2004). Studying entrepreneurship: a review of methods employed in entrepreneurship research 1985–2004. RENT XVIII, Copenhagen: Denmark, 25–26.
- McDonald, S., Gan, B. C., Fraser, S. S., Oke, A., & Anderson, A. R. (2015). A review of research methods in entrepreneurship 1985-2013. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *21*(3), 291-315.
- McMullen, J. S. (2019). A wakeup call for the field of entrepreneurship and its evaluators. *Journal of Business Venturing*, *34*(3), 413-417.
- Mullen, M. R., Budeva, D. G., Doney, P. M. (2009). Research methods in the leading small business–entrepreneurship journals: A critical review with recommendations for future research. *Journal of Small Business Management*, *47*(3), 287–307.
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, *43*(3), 177–195.
- Oliveira, X. L. C., Cabanne, C. S. M., & Teixeira, R. M. (2020). Metodologias qualitativas de pesquisa em empreendedorismo: revisão de estudos nacionais publicados de 2010 a 2015. *Revista da Micro e Pequena Empresa (RMPE)*, *14*(1), 3-25.
- Petty, N. J., Thomson, O. P. & Stew, G. (2012b). Ready for a paradigm shift? Part 2: introducing qualitative research methodologies and methods. *Manual Therapy*, *17*(5), 378-384.
- Petty, N. J., Thomson, O. P., & Stew, G. (2012a). Ready for a paradigm shift? Part 1: introducing the philosophy of qualitative research. *Manual Therapy*, *17*(4), 267-274.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2010). Generalization in quantitative and qualitative research: myths and strategies. *International Journal of Nursing Studies*, *47*(11), 1451–1458.
- Poortman, C. L., & Schildkamp, K. (2012). Alternative quality standards in qualitative research? *Quality & Quantity*, *46*(6), 1727–1751.
- Rich, M., & Ginsburg, K. R. (1999). The reason and rhyme of qualitative research: why, when, and how to use qualitative methods in the study of adolescent health. *Journal of Adolescent Health*, *25*(6), 371–378.

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. (5. ed.). Pearson Education.
- Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10-20.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40–65.
- SJR - Scimago Journal Rankings*. (2020). Scimago Journal & Country Rank. <https://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1403>
- Smith, R., Mcelwee, G., McDonald, S., & Dodd, S. D. (2013). Qualitative entrepreneurship authorship: antecedents, processes and consequences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(4), 364 – 386.
- Suddaby, R., Bruton, G. D., & Si, S. X. (2015). Entrepreneurship through a qualitative lens: insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 1–10.
- Teixeira, R. M., Dantas, C. F., & Lima, S. F. A. (2018). Uso do método do estudo de caso na pesquisa em empreendedorismo: estudo comparativo em publicações internacionais e nacionais. *Gestão & Regionalidade*, 34(102), 192-210.
- Thompson, C. B., & Walker, B. L. (1998). Basics of research (Part 12): qualitative research. *Air Medical Journal*, 17(2), 65-70.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Welter, F., & Lasch, F. (2008). Entrepreneurship research in Europe: taking stock and looking forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(2), 241–248.
- Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (4. ed.). Bookman.
- Zachary, R. K., & Mishra, C. S. (2010). Entrepreneurship research today and beyond: hidden in plain sight! *Journal of Small Business Management*, 48(4), 471– 474.