

**EMPREENDEDORES DE ESTILO DE VIDA: Conceito e características a partir de uma revisão sistemática da literatura**

**FABIANO SERRA BORSATTO**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**ANTONIO DONIZETE FERREIRA DA SILVA**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

# EMPREENDEDORES DE ESTILO DE VIDA: Conceito e características a partir de uma revisão sistemática da literatura

## 1. Introdução

Nos últimos anos o tema bem-estar vem ganhando cada vez mais espaço em publicações na área do empreendedorismo ao redor do mundo. Em janeiro de 2019, o *Journal of Business Venturing* publicou uma edição especial que teve como tema principal artigos voltados ao bem-estar do empreendedor. Uma vida com mais saúde, afetividade e verdadeira felicidade vem sendo vislumbrada cada vez mais por pequenos empreendedores. Abandonando velhos hábitos, esses indivíduos encontram no empreendedorismo a possibilidade de vislumbrar uma atividade que garanta o seu sustento e o sustento de sua família (Marcketti *et al.*, 2006).

No entanto, o mundo moderno leva o homem à contramão desse ideal. A exaustão física e psicológica, incertezas, insegurança e a pressão social, que associa a realização pessoal com conquistas e acúmulos de bens materiais, contribuem para o surgimento de doenças associadas ao trabalho contemporâneo como a depressão, o estresse e também a síndrome de *burnout* (Corrêa *et al.*, 2017). O bem-estar traz consigo consequências ao indivíduo, aumentando o seu desgosto na dedicação de boa parte do seu tempo, em desenvolver uma atividade prejudicial à sua saúde como também à sua interação social, trazendo desarmonia e infelicidade.

Nesse cenário entra em evidência o empreendedor de estilo de vida, que, com suas peculiares características, onde se prepondera o empreendedorismo da busca do bem-estar de acordo com seus valores e crenças (Bredvold e Skålén, 2016). O termo bem-estar, significa ausência de dor e sofrimento; busca por prazer e conforto material ou emocional (Prolo e Arantes, 2018). Em contraponto aos empreendedores, que se caracterizam pela busca por vendas e lucros crescentes, ou seja, crescimento e desenvolvimento econômico, no ano de 1995, Cooper e Artz publicaram um estudo sobre a satisfação dos empreendedores, e concluíram que grupos de empreendedores com motivações não econômicas se mantêm motivados em um ambiente de retorno financeiro abaixo das expectativas (Cooper e Artz, 1995).

O empreendedorismo de estilo de vida vem ganhando cada vez mais adeptos pelo mundo. Como linha de pesquisa, o empreendedorismo ganhou legitimidade e melhorou em qualidade, por meio de numerosas publicações sobre o tema em conceituados periódicos (Landström e Harirchi, 2018), no entanto, o empreendedorismo de estilo de vida surge como uma nova forma de empreender ainda pouco estudada. Neste contexto, identificar as características deste empreendedor pode permitir compreender o que leva essas pessoas a empreender. Por isso se questiona: Quais as características encontradas nas pessoas que adotaram o estilo de vida como forma de empreender?

Para responder ao questionamento, realizar-se-á uma revisão sistemática de literatura sobre empreendedorismo, mais especificamente sobre o tema Empreendedorismo de Estilo de Vida, cuja busca centra-se em artigos indexados na base *Scopus (Elsevier)* e na base do *Web of Science*. Objetiva-se identificar, a partir da literatura, as principais características associadas aos empreendedores de estilo de vida, apresentando ainda, de modo sistematizado a evolução das publicações e das definições do termo empreendedorismo de estilo de vida para que se tenha uma clarificação sobre o tema ante as produções científicas do período estudado.

O presente estudo é composto por cinco partes além desta introdução. Em ato contínuo, será apresentado a fundamentação teórica sobre empreendedorismo e empreendedorismo em estilo de vida. Na sequência será apresentado o método da pesquisa, forma de coleta de dados e da revisão sistemática da literatura. Em seguida serão relatados os resultados do estudo e, por fim, a conclusão e proposta de uma agenda para pesquisas vindouras.

## 2. Fundamentação Teórica

O conceito de empreendedorismo de estilo de vida foi introduzido ao meio acadêmico a partir do final do século XX com a publicação do artigo “‘Staying within the fence’: Lifestyle entrepreneurship in tourism?” de Ateljevic e Doorne, que versa sobre os empreendedores da área de turismo que tem como valores de motivação em empreender, fatores não econômicos (Ateljevic e Doorne, 2000). A partir dessa publicação, outros estudos buscaram caracterizar e estudar essa nova tipografia empreendedora.

Tem-se que esses empreendimentos de estilo de vida são criados para que o empreendedor possa ter uma ocupação que lhe traga realização pessoal e ao mesmo tempo, possa proporcionar renda suficiente para seu bem-estar (Ateljevic e Doorne, 2000; Cederholm e Hultman, 2010).

No mesmo sentido, Marcketti, Niehm e Fuloria (2006), analisaram o papel e a influência do empreendedorismo de estilo de vida na qualidade de vida de proprietários, suas famílias e nas comunidades que estão inseridos e definiram os empreendedores de estilo de vida como indivíduos que possuem e operam empresas alinhadas com seus valores, interesses e paixões pessoais. A pesquisa evidenciou o aumento da qualidade de vida dos empreendedores das empresas estudadas, dos funcionários desta, dos clientes e da comunidade, e, o ponto inicial dessa rede virtuosa foi a instalação de empreendimento de estilo de vida (Marcketti *et al.*, 2006).

Foi constatado que empreendedorismo por estilo de vida traz aos donos dessas pequenas empresas uma aspiração de autocontrole, domínio e independência, sem deixar de considerar a qualidade de vida e a remuneração necessária à manutenção do seu estilo de vida aspirado. Os empreendedores são motivados principalmente pela busca de equilíbrio entre o trabalho e a vida em família; priorizam o conforto, liberdade e flexibilidade ao invés de ganhos financeiros e crescimento do seu negócio (Esen e Iscioglu, 2017).

Não distante, o empreendedor de estilo de vida é caracterizado por iniciar um ciclo empreendedor envolvendo atividades prazerosas do empresário. Sendo assim, esse novo ciclo gera um impacto positivo do ambiente ao seu redor, perpetuando um estilo de vida com uma situação financeira confortável (Mike Peters *et al.*, 2009).

Sendo assim, é possível qualificar os empreendedores de estilo de vida como indivíduos que priorizam a sua qualidade de vida e o bem-estar também de sua família. Para isso, esses empreendedores, por vezes, abrem mão de uma excelência na sua prestação de serviços como também deixam de buscar o desenvolvimento, o crescimento e a inovação empresarial (Carsrud e Brännback, 2011; Dawson *et al.*, 2011; Masurel e Snellenberg, 2017).

Nota-se o surgimento crescente na sociedade de um tipo de empresário que não é motivado por lucros ou retornos pecuniários, sobrepujando definições econômicas de empreendedor e empreendedorismo (Ateljevic e Doorne, 2000). Sua origem se deve a recentes fenômenos sociais, por exemplo, a hipermodernidade, com o indivíduo buscando conexão com o próximo, auto realização e respeitando os valores de outrem (Ribeiro e Krakauer, 2016).

Para esses donos de negócios que são orientados pelo estilo de vida, o sucesso empresarial tem uma conotação invertida da usual, como, por exemplo, o crescimento e desenvolvimento do seu empreendimento (Carlsen *et al.*, 2008). Sendo assim, não há maiores dificuldades em identificar os empreendedores de estilo de vida nos mais diversos campos da atividade humana.

No âmbito do turismo, indivíduos que passaram férias com as respectivas famílias, em uma região campestre, se encantam com o ambiente e o clima de paz e tranquilidade e, ao retornar às suas atividades laborais, decidem romper com o cotidiano e resolvem abrir pousadas e hospedarias nas cidades de campo recém visitadas (Peters e Schuckert, 2014).

No esporte, pessoas ativas e praticantes de determinado esporte, resolvem se unir e iniciam novos empreendimentos (Ratten, 2018). Montam escolas ou inauguram pequenos comércios de artigos esportivos dedicados ao esporte que praticam. Permitindo assim, mantê-los imersos no ambiente esportivo que desfrutam (Ratten, 2018).

Pessoas que assumindo a missão em divulgar a importância da alimentação vegana, despertam em abrir restaurantes ou empórios que forneçam unicamente alimentos de origem não animal, naturais e orgânicos (Bozzo *et al.*, 2017). É possível identificar outros exemplos entre produtores rurais e na agricultura familiar orgânica, entre músicos, jovens *gamers*, como também em movimentos sociais feministas dentre outras tantas atividades nos mais variados lugares ao redor do mundo (Cederholm e Åkerström, 2016; Jorgensen, Sandqvist e Sotamaa, 2017; Dawson *et al.*, 2011; Helgadóttir e Sigurðardóttir, 2008).

Não obstante, algumas pesquisas recentes vêm associando os empreendedores de estilo de vida como empresários que, por não almejam lucros, acabam se tornando agentes da não inovação e do não desenvolvimento econômico regional. Esses estudos sugerem que há uma incompatibilidade de objetivos econômicos, entre os agentes públicos que visam o desenvolvimento e progresso, e os empreendedores de estilo de vida, que não abrem mão do seu bem-estar em detrimento à aspirações financeiras (Eimermann *et al.*, 2019).

### 3. Metodologia

Para a análise do objeto, optou-se pela pesquisa qualitativa de característica exploratória, elegendo-se a Revisão Sistemática de Literatura (RSL) como método de pesquisa. Esse método é indicado por adotar um processo replicável, transparente e com rigor científico. A revisão sistemática de literatura também subsidia a identificação das principais contribuições científicas para o problema abordado (Tranfield *et al.*, 2003). Para Petticrew e Roberts (2008), revisões sistemáticas de literatura indicam lacunas dos estudos e alimenta critérios metodológicos, contribuindo para a formulação de uma agenda que orienta futuras pesquisas.

A seguir, apresentaremos a representação do processo de revisão sistemática da literatura seguindo o modelo de Tranfield *et al.* (2003) que foi utilizado na condução do presente estudo.

#### Quadro 1: Estágios de uma Revisão Sistemática de Literatura

<b>Estágio I - Planejamento da RSL</b>	
Fase 0	Identificação da necessidade de uma revisão
Fase 1	Preparação de uma proposta de revisão
Fase 2	Desenvolvimento de um protocolo de revisão
<b>Estágio II - Conduzindo a revisão</b>	
Fase 3	Identificação da pesquisa
Fase 4	Seleção dos estudos
Fase 5	Avaliação da qualidade dos estudos
Fase 6	Extração dos dados e monitoramento do progresso
Fase 7	Síntese dos dados
<b>Estágio III - Relatórios e disseminação</b>	
Fase 8	Apresentação dos resultados e recomendações
Fase 9	Colocar em práticas as evidências

**Fonte:** Adaptado de Tranfield *et al.* (2003)

De acordo com o roteiro acima apresentado, elaboramos o protocolo de pesquisa e realizamos o planejamento para a execução da revisão sistemática de literatura. Realizamos uma breve pesquisa sobre o tema a fim de determinar as palavras chaves utilizadas na pesquisa e definiu-se critérios adicionais de buscas, refinando os filtros da pesquisa.

Para tanto, foram utilizadas duas bases de dados para o levantamento dos artigos da pesquisa, a base *Scopus (Elsevier)* e a base *Web of Science*. Elegeram-se essas bases devido a reunirem uma gama mundial de produções científicas em todas as disciplinas. Como referência, apenas a *Scopus* indexa mais de 24.600 publicações de 5.000 editores oferecendo a possibilidade de uma pesquisa mais abrangente, o que permite uma busca ampla.

Os critérios de busca, constantes do protocolo de pesquisa, foram operacionalizados por meio dos seguintes parâmetros:

- 1) Para a base de dados da *Scopus*: Na página de “Document search” foi selecionado o item “documents”. No campo “Search” foram adicionadas as seguintes palavras chaves: “lifestyle entrepreneur” or “lifestyle entrepreneurs” or “lifestyle entrepreneurship” or “lifestyle firm” or “lifestyle firms”. Solicitou-se que a base de dados realizasse a pesquisa nos seguintes campos: “Article Title, Abstract e Keywords. Na aba “Refine results” foi selecionado no campo “Document type” apenas o item “Article”.
- 2) Para a base de dados da *Web of Science*: Na página principal de pesquisa selecionou-se a base de dados “Principal Coleção do Web of Science”. No campo “Pesquisa Básica” foram adicionadas as seguintes palavras chaves: “lifestyle entrepreneur” or “lifestyle entrepreneurs” or “lifestyle entrepreneurship” or “lifestyle firm” or “lifestyle firms”. Na aba “Filtrar resultados por:” selecionou-se o campo “Tipos de documento” apenas o item “Article”. Solicitou-se que a base de dados realizasse a pesquisa nos seguintes campos: “Tópico”.

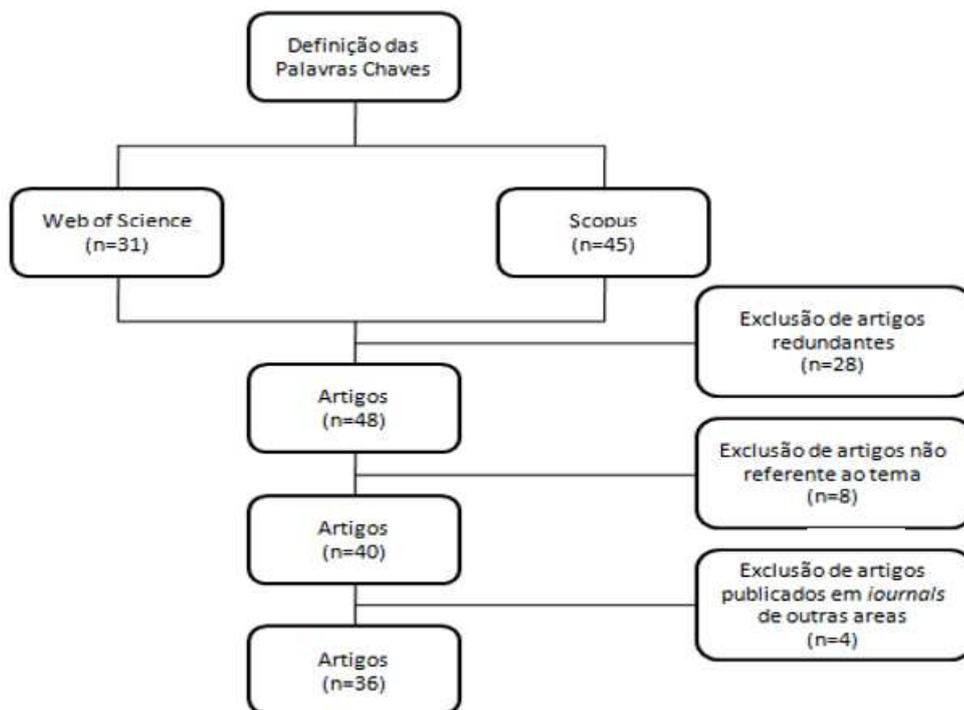
Para ambas as bases de dados não houve restrições ao ano de publicação de modo a se buscar uma maior quantidade de artigos a serem analisados na revisão sistemática de literatura.

Realizada por dois dias no mês de janeiro de 2020, a pesquisa foi concretizada por dois pesquisadores, em dias subsequentes. Como resultado, obteve-se um total de 76 (setenta e seis) artigos, sendo 45 (quarenta e cinco) na plataforma *Scopus* e 31 (trinta e um) na plataforma *Web of Science*. Os artigos foram publicados em 40 (quarenta) diferentes *journals* entre os anos de 2000 a 2019. Ao final da pesquisa, em ambas as bases, os arquivos foram salvos em extensão *.csv*, para filtro e análise posterior no programa Excel, e, também foram salvos em extensão *.bib*, para manuseio no programa de gerenciamento de referências *Mendeley* da *Elsevier*.

Os arquivos continham o nome dos autores, título dos artigos, data de publicação, *journal*, afiliação dos autores e resumos.

O primeiro critério de exclusão foi o de arquivos redundantes, que constavam tanto na base da *Scopus* como da *Web of Science*. No total foram excluídos 28 (vinte e oito) artigos duplicados. Em ato contínuo foram analisados e lidos os resumos dos 48 (quarenta e oito) artigos resultantes, sendo excluídos outros 8 (oito) artigos que não traziam referências diretas aos empreendedores ou empreendimentos de estilo de vida e, por fim, foram excluídos mais 4 (quatro) artigos, pois foram publicados em *journals* de outras áreas do conhecimento, restando assim, 36 (trinta e seis) artigos para objeto de leitura e análise sistematizada. Esses artigos são apresentados no Quadro 2, na seção de resultados. Abaixo, a Figura 1, traz um resumo esquemático da seleção de artigos adotada nesta pesquisa

**Figura 1: Estágios do protocolo de pesquisa**



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020)

#### 4. Resultados

Para o tratamento e análise dos artigos selecionados, utilizou-se o sistema de análise de dados qualitativos Atlas.ti, que serviu como suporte para a coleta de dados, codificação organização e análise do seu conteúdo.

Os resultados, fruto da análise em profundidade dos artigos selecionados, conforme protocolo previamente estabelecido, traz na Figura 2 a evolução histórica dos documentos sobre o tema Empreendedorismo de Estilo de Vida publicados e indexados nas bases de referência.

**Figura 2: Evolução histórica das publicações**

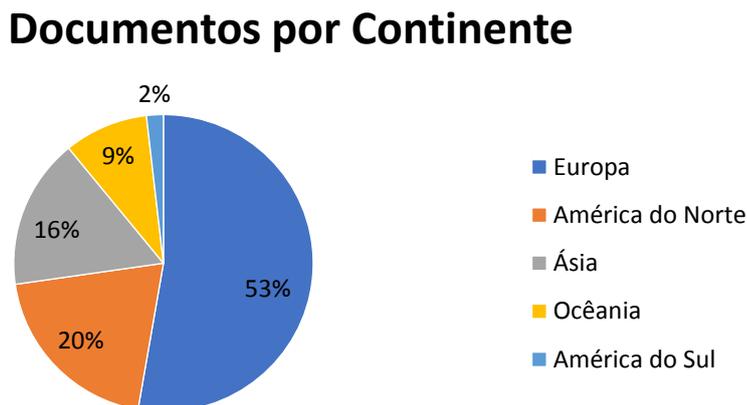


**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020)

Nota-se que após a publicação seminal de Ateljevic e Doorne (2000), a academia na década seguinte demonstrou pouco interesse sobre o tema. No entanto, ao analisar o gráfico percebe-se que nos últimos anos o tema ganha relevância uma vez que, apenas nos últimos quatro anos, concentraram-se 52% do total de publicações da série histórica.

Outro dado extraído é a quantidade de publicações por região conforme Figura 3. Nesse levantamento, os dados estão consolidados por continente. Países europeus lideram as publicações concentrando 53% delas, seguido pelos países da América do Norte com 20%.

**Figura 3: Publicações por Continente**



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020)

Por meio do sistema de análise de dados qualitativos Altas.ti, foi possível extrair uma “nuvem de palavras” (Figura 4) com a função *Analysis – Word Cruncher*. Esse relatório auxilia na visualização das palavras com maior frequência nos 36 (trinta e seis) artigos analisados.

Nota-se o destaque da palavra “*tourism*”, pela frequência com que aparece traz a compreensão de que muitos dos artigos analisados são publicações da área de turismo e indica a sua vanguarda nos estudos sobre os empreendedores de estilo de vida nessa área. As palavras “*business*”, “*entrepreneurs*”, “*entrepreneurship*” e “*small*” ganham destaque na nuvem de palavras, indicando que os artigos que tratam sobre o empreendedorismo de estilo de vida, em sua maioria, têm como unidade de análise as pequenas organizações.

**Figura 4: Nuvem de palavras**



**Fonte:** Elaborado pelos autores com a utilização do *software* Atlas.ti (2020)

Destacam-se as palavras “*family*”, “*hospitality*”, “*life*” e “*lifestyle*” em consonância com algumas das principais características associadas aos empreendedores de estilo de vida.

A seguir, o Quadro 2 elaborado com os 36 (trinta e seis) artigos analisados conforme delimitação de pesquisa. O quadro está ordenado por ano de publicação, somando-se as informações constantes na base de dados *Scopus* e da *Web of Science*. Na primeira coluna são apresentados o título do artigo; na segunda, os autores e na terceira o ano de publicação; na sequência, o *journal* onde foi publicado; na quinta coluna estão dispostos o método de pesquisa empregado e por fim, o procedimento de coleta de dados de acordo com Creswell (2016).

**Quadro 2: Artigos por ordem de data, método e coleta de dados**

Artigo	Autor(es)	Ano	Journal	Método	Coleta de dados
Staying within the fence?: Lifestyle entrepreneurship in tourism?	Ateljevic & Doorne (2000)	2000	Journal of Sustainable Tourism	Qualitativo	Entrevistas
Capital structure decision making: A model for family business	Romano, Tanewski, & Smyrnios (2001)	2001	Journal of Business Venturing	Quantitativo	Questionário
An exploratory study of lifestyle entrepreneurship and its relationship to life quality	Marcketti, Niehm & Fuoria (2006)	2006	Family and Consumer Sciences Research Journal	Qualitativo	Entrevista
Fiscal policy and self-employment: Targeting business growth	Sloan & Chittenden (2006)	2006	Environment and Planning C: Government and Policy	Qualitativo	Entrevistas
Tourism and hospitality SME training needs and provision: A sub-regional analysis	Dewhurst, Dewhurst, & Livesey (2007)	2007	Tourism and Hospitality Research	Misto	Materiais audiovisuais, Questionário e Entrevistas
The value of intimacy - negotiating commercial relationships in lifestyle entrepreneurship	Cederholm & Hultman (2010)	2010	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	Qualitativo	Entrevistas
Lifestyle businesses: Insights into Blackpool's hotel sector	Lashley & Rowson (2010)	2010	International Journal of Hospitality Management	Misto	Questionários e Entrevistas
Analysing wellness tourism provision: A retreat operators' study	Kelly (2010)	2010	Journal of Hospitality and Tourism Management	Misto	Questionários, Entrevistas e Observação
Island brands and 'the Island' as a brand: Insights from immigrant entrepreneurs on Prince Edward Island	Baldacchino (2010)	2010	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	Qualitativo	Entrevista
Understanding lifestyle entrepreneurs and digging beneath the issue of profits: Profiling surf tourism lifestyle entrepreneurs in Ireland	Marchant & Mottiar (2011)	2011	Tourism Planning and Development	Qualitativo	Entrevista e Observação
Communities of practice in tourism: Working and learning together. An illustrative case study from northern Norway	Bertella (2011)	2011	Tourism Planning and Development	Qualitativo	Estudo de caso

Seasonality and the lifestyle "conundrum": An analysis of lifestyle entrepreneurship in wine tourism regions	Dawson, Fountain & Cohen (2011)	2011	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Qualitativo	Entrevistas
Wilderness and cultural tour guides, place identity and sustainable tourism in remote areas	De la Barre, (2013)	2013	Journal of Sustainable Tourism	Qualitativo	Documentos, Fotografias, Entrevistas e Observação
Regional environment of destination and the entrepreneurship of small tourism businesses: A case study of Dali and Lijiang of Yunnan province	Honggang & Shaoyin (2014)	2014	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Misto	Questionário e Entrevista
Applying the positive theory of social entrepreneurship to understand food entrepreneurs and their operations	Kline C., Shah N., Rubright H.	2014	Tourism Planning and Development	Qualitativo	Entrevistas
Indigenous and non-indigenous entrepreneurs: The significance of business and social contexts	Sethna, Jones & Edwards (2014)	2014	Journal for Global Business Advancement	Qualitativo	Estudo de caso e Entrevistas
Tourism entrepreneurs' perception of quality of life: An explorative study	Peters & Schuckert (2014)	2014	Tourism Analysis	Qualitativo	Revisão de Literatura
Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry	Bredvold & Skålen (2016)	2016	Tourism Management	Qualitativo	Entrevistas
Developing entrepreneurial resilience in the UK tourism sector	Crick & Crick (2016)	2016	Strategic Change-Briefings in Entrepreneurial Finance	Qualitativo	Estudo de caso
Exit planning of lifestyle and profit-oriented entrepreneurs in bed and breakfasts	Crawford & Naar (2016)	2016	International Journal of Hospitality and Tourism Administration	Quantitativo	Questionário
Lifestyle entrepreneurship: exploratory study about motivational factors, characteristics and management	Ribeiro & Krakauer (2016)	2016	Revista de Gestão e Secretariado-GESEC	Qualitativo	Estudo de caso
Craft-art in the Danish countryside: reconciling a lifestyle, livelihood and artistic career through rural tourism	Prince (2017)	2017	Journal of Tourism and Cultural Change	Qualitativo	Entrevistas
Leisure activities and social capital development by immigrant serial/portfolio and lifestyle entrepreneurs	(Kerr, Schollosser & Golob (2017)	2017	Journal of Developmental Entrepreneurship	Teoria Fundamental	
Lifestyle tourism entrepreneurs' mobility motivations: A case study on Dali and Lijiang, China	Sun & Xu (2017)	2017	Tourism Management Perspectives	Qualitativo	Entrevistas
Passionately yours: Managing emotional and spatial boundaries in lifestyle-based hospitality businesses	Ikonen (2017)	2017	Hospitality and Society	Qualitativo	Entrevista e Observação

A discriminant model to assess the entrepreneurial talent of MBA students in Bangalore: An empirical study	Chavadi & Sirothiya (2018)	2018	Prabandhan: Indian Journal of Management	Misto	Revisão de Literatura e Questionário
Entrepreneurial intentions of surf tourists	Ratten (2018)	2018	Tourism Review	Qualitativo	Entrevistas
Social capital, resource constraints and low growth communities: Lifestyle entrepreneurs in Nicaragua	Klapper, Upham & Kurronen (2018)	2018	Sustainability (Switzerland)	Qualitativo	Entrevista e Observação
Student involvement as a tool for nurturing business model development in tourism businesses in the stockholm archipelago	Onn (2018)	2018	Academica Turistica	Qualitativo	Pesquisa-ação
Tourism activity as an expression of place attachment–place perceptions among tourism actors in the Jukkasjärvi area of northern Sweden	Schilar & Keskitalo, (2018)	2018	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	Qualitativo	Entrevistas
Wellness and equestrian tourism – new kind of adventure?	Siguroardottir (2018)	2018	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	Misto	Entrevistas e Análise documental
Equestrian tourism: animal agency observed	Notzke (2019)	2019	Current Issues in Tourism	Misto	Questionários, Entrevistas, Observação e Análise documental
How do lifestyle hospitality and tourism entrepreneurs manage their work-life balance?	Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019)	2019	International Journal of Hospitality Management	Qualitativo	Entrevista e Observação
International tourism entrepreneurs in Swedish peripheries: Compliance and collision with public tourism strategies	Eimermann, Mattsson & Carson (2019)	2019	Regional Science Policy and Practice	Qualitativo	Estudo de caso
Lifestyle entrepreneurs in winemaking: An exploratory qualitative analysis on the non-pecuniary benefits	Dominici, Boncinelli & Marone (2019)	2019	International Journal of Wine Business Research	Qualitativo	Entrevistas
Role shifting between entrepreneur and tourist: A case study on Dali and Lijiang, China	Sun & Xu (2019)	2019	Journal of Travel and Tourism Marketing	Qualitativo	Entrevista e Observação

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020)

Por se tratar de um tema pouco explorado na academia, esperava-se nessa análise que a abordagem qualitativa se apresentaria como principal método de pesquisa, o que se confirma ao se analisar o Quadro 2. Verifica-se que a maioria dos artigos (72,22%) utilizou a abordagem qualitativa como método de pesquisa. Ao utilizar-se tal método, o pesquisador estuda o fenômeno a partir do ponto de vista dos participantes. Trata-se de uma pesquisa exploratória e adequada quando não se conhece as variáveis importantes a serem examinadas, quando o tópico é ainda pouco explorado, necessitando de uma compreensão aprofundada do fenômeno (Creswell, 2016).

Em segunda posição, com 19,44%, encontra-se a abordagem mista. Tais artigos usaram questionário ou base de dados secundários para identificar detalhes demográficos, informações do empreendimento e estabelecer percepções do objeto de análise estudada e na sequência utilizou-se procedimentos de coleta de dados qualitativos para o aprofundamento do estudo realizado (Honggang e Shaoyin, 2014; Dewhurst, Dewhurst, e Livesey, 2007).

Da análise, extrai-se ainda o Quadro 3, em que são listadas as características mais frequentes atribuídas aos empreendedores pelos comportamentalistas (Filion, 1999), previamente codificados no sistema de análise de dados qualitativos Altas.ti, identificados e correlacionados pelo pesquisador com as obras relacionadas.

Das 24 (vinte e quatro) características constantes na obra de Filion (1999) 6 (seis) não foram encontradas nos artigos analisados. Durante a vinculação das características com os trechos das obras, percebeu-se que algumas das atribuições tinham conotação negativa à características listadas por Filion (1999) sendo acrescentado o sinal “(-)” ao final da característica identificada. As características em que não houve vinculação aos textos analisados são apresentados na tabela abaixo sem conteúdo na coluna “Referências”.

**Quadro 3: Resumo das características mais frequentes atribuídas aos empreendedores pelos Comportamentalistas**

<b>Características</b>	<b>Referências</b>
Agressividade	
Autoconfiança	Chavadi & Sirothiya (2018); Klapper, Upham & Kurronen (2018),
Autoconsciência	De la Barre (2013)
Capacidade de aprendizagem	Marcketti, Niehm & Fuoria (2006)
Criatividade	Peters & Schuckert (2014); Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019)
Dinheiro como medida de desempenho	
Dinheiro como medida de desempenho (-)	Ateljevic & Doorne (2000); Kelly (2010); Lashley & Rowson (2010); Baldacchino (2010)
Energia	
Envolvimento a longo prazo	Ribeiro & Krakauer (2016)
Envolvimento a longo prazo (-)	Crawford & Naar (2016); Sun & Xu (2017); Klapper, Upham & Kurronen (2018)
Flexibilidade	Marchant & Mottiar (2011); Bredvold & Skålén (2016); Prince (2017); Sun & Xu (2017)
Habilidade na utilização de recursos	Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Bredvold & Skålén (2016); Romano, Tanewski, & Smyrnios (2001)
Habilidade para conduzir situações	Marchant & Mottiar (2011); Kelly (2010)
Independência	Ikonen (2017)Ateljevic & Doorne (2000); Bredvold & Skålén (2016); Lashley & Rowson (2010); Peters & Schuckert (2014); Sun & Xu (2017); Chavadi & Sirothiya (2018); Dominici, Boncinelli & Marone (2019)
Iniciativa	Ateljevic & Doorne (2000); Marchant & Mottiar (2011); Bredvold & Skålén (2016)
Iniciativa (-)	Ateljevic & Doorne (2000); Dewhurst, Dewhurst, & Livesey (2007)

Inovação	Ateljevic & Doorne (2000); Cederholm & Hultman (2010); Marcketti, Niehm & Fuoria (2006) ; Bredvold & Skálén (2016); Chavadi & Sirothiya (2018); Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019)
Inovação (-)	Dawson, Fountain & Cohen (2011)
Liderança	Ateljevic & Doorne (2000)
Necessidade de realização	Marchant & Mottiar (2011); Dominici, Boncinelli & Marone (2019)
Orientação para resultados	Marchant & Mottiar (2011); Bredvold & Skálén (2016)
Orientação para resultados (-)	Ateljevic & Doorne (2000); Kelly (2010); Dewhurst, Dewhurst, & Livesey (2007)
Originalidade	
Otimismo	
Riscos Moderados	
Sensibilidade a outros	Honggang & Shaoyin (2014); Marchant & Mottiar (2011); Kelly (2010)
Tenacidade	
Tendência a confiar nas pessoas	Cederholm & Hultman (2010); Klapper, Upham & Kurronen (2018)
Tolerância à ambiguidade e à incerteza	Kelly (2010)

**Fonte:** Adaptado Filion (1999)

Após os vínculos foi possível identificar indícios de características dos empreendedores de estilo de vida que contrastam com as características até então outorgados pela academia aos empreendedores. Sugerindo que os empreendedores de estilo de vida são atores peculiares necessitando de estudos, abordagens e políticas específicas.

O empreendedor se identifica como uma pessoa que toma iniciativa por possuir a capacidade de se motivar, unir recursos cognitivos e tomar atitudes necessárias para determinar e controlar os eventos de sua vida (Chen *et al.*, 1998). No entanto para Dewhurst *et al.* (2007), como os empreendedores de estilo de vida enfatizam os objetivos sociais e pessoais e dedicam poucos esforços para os objetivos empresariais, é possível que esses empreendedores não tomem a iniciativa de buscar aprimoramento ou treinamento profissional.

Outra característica contrastante entre os empreendedores tradicionais e os empreendedores de estilo de vida é a “orientação para resultados”. O que se parece comum para os demais empreendedores, para o empreendedor de estilo de vida, que, por priorizar o bem estar familiar e seu estilo de vida, acaba evitando a publicidade e redefine as estratégias comerciais não se atentando à quantidade, mas sim, à qualidade do serviço ou produto oferecido (Ateljevic e Doorne, 2000). No entanto os empreendedores de estilo de vida podem, ao longo do tempo, mudar suas motivações iniciais e direcionar o seu negócio para o crescimento e lucro (Marchant e Mottiar, 2011).

A análise revelou ainda que outras dezesseis características foram identificadas pelo autor durante a leitura em profundidade dos artigos. Essas características após identificadas foram posteriormente vinculadas aos trechos dos artigos que faziam referência aos termos. Seguindo o mesmo critério de elaboração do Quadro 3, houve trechos dos artigos que tinham um vínculo negativo com a característica, sendo acrescentado o sinal “(-)” ao final no nome.

**Quadro 4: Resumo das características vinculadas por obra**

<b>Características</b>	<b>Referências</b>
Altruísmo	Honggang & Shaoyin (2014)
Atuação Positiva com o Ambiente e Sociedade	Ateljevic & Doorne (2000); Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Marchant & Mottiar (2011); Kelly (2010); Onn (2018); Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019)
Atuação Positiva com o Ambiente e Sociedade (-)	Dawson, Fountain & Cohen (2011); Crawford & Naar (2016)
Aversão ao endividamento para desenvolvimento de novos produtos ou processos	Romano, Tanewski, & Smyrnios (2001)
Diferenciação de Produto e Atendimento	Ateljevic & Doorne (2000); Cederholm & Hultman (2010); Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Marchant & Mottiar (2011); Schilar, Keskitalo (2018); Sigurðardóttir (2018)
Distinção entre Pessoal e Profissional	Cederholm & Hultman (2010); Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Prince (2017); Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019); Sun & Xu (2019)
Equilíbrio entre vida profissional e familiar	Baldacchino (2010)
Inovação	Ateljevic & Doorne (2000); Cederholm & Hultman (2010); Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Bredvold & Skálén (2016)
Não prioriza necessariamente o crescimento e lucros	Ateljevic & Doorne (2000); Dawson, Fountain & Cohen (2011); Kline, Shah & Rubright (2014); Peters & Schuckert (2014); Prince (2017); Dominici, Boncinelli & Marone (2019)
Não prioriza necessariamente o crescimento e lucros (-)	Kelly (2010); Bertella (2011)
Atua com nicho de mercado	Ateljevic & Doorne (2000); Honggang & Shaoyin (2014); Sigurðardóttir (2018)
Paixão pelo que faz	Marchant & Mottiar (2011)
Preocupação com a sustentabilidade	De la Barre (2013)
Preocupação com as finanças	Kelly (2010); Prince (2017); Sun, Xu, Köseoglu & Okumus (2019); Dominici, Boncinelli & Marone (2019); Sun & Xu (2019)
Prioriza Valores Pessoais e Qualidade de Vida	Ateljevic & Doorne (2000), Marcketti, Niehm & Fuoria (2006); Kelly (2010); Lashley & Rowson (2010); Dewhurst, Dewhurst, & Livesey (2007); Baldacchino (2010); Dawson, Fountain & Cohen (2011); Kline, Shah & Rubright (2014); Peters & Schuckert (2014); Crawford & Naar (2016); Ribeiro & Krakauer (2016); Kerr, Schlosser & Golob (2017); Chavadi & Sirothiya (2018)
Rejeição por ambientes corporativos	Ateljevic & Doorne (2000)
Transforma a paixão de um hobby em negócio	Ateljevic & Doorne (2000); Marchant & Mottiar (2011); Baldacchino (2010); Peters & Schuckert (2014); Prince (2017); Ikonen (2017); Ratten (2018); Dominici, Boncinelli & Marone (2019)
Usa a rede de familiares e amigos para o desenvolvimento do negócio	Bredvold & Skálén (2016)

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020)

Dentre as categorias identificadas, há categorias que são consoantes como a categoria “Inovação”, a “Aversão ao endividamento para o desenvolvimento de novos produtos e processos” e a categoria “Não prioriza necessariamente o crescimento e lucros”. Elas podem indicar que os empreendedores de estilo de vida buscam a inovação por meio de reservas de capital proporcionada pelo lucro do empreendimento, mesmo que o lucro não seja um fator de motivação e alcance.

A categoria “Não prioriza necessariamente o crescimento e lucros” tem representação tanto positiva quanto negativa nos textos estudados. Existe a percepção que para os empreendedores de estilo de vida, almejar lucros pode comprometer a integridade da empresa e também pode trazer um descontrole ao seu estilo de vida (Ateljevic e Doorne, 2000). Já para Kelly (2010) e Bertella (2011), o empreendedor, apesar de desejar manter seu estilo de vida acima de outros valores, combina o “sonho com a realidade” uma vez que a busca por lucros se faz necessária para realizar manutenções de continuidade do próprio empreendimento.

## Conclusão

Os empreendedores de estilo de vida são atores que vem despertando o interesse do meio acadêmico na última década. Por se tratar de matéria nova, identificar as principais características associadas se mostra relevante visto que as características apresentadas no artigo de Fillion (1999) foram utilizadas como base para os vínculos das características desse novo tipo de empreendedor. No entanto se fez necessário a categorização de dezesseis novas características emergidas durante a pesquisa, totalizando 34 características relacionadas aos empreendedores de estilo de vida. Dentre essas características, algumas delas foram identificadas com uma conotação positiva para alguns autores e com conotação negativa para outros, o que faz entender que não há uma consonância sobre essas características.

Sendo assim foi possível identificar o surgimento de correntes de pensamentos sobre o tema. Há pesquisas que veem o empreendedorismo de estilo de vida como um novo fenômeno, benéfico ao indivíduo e à sociedade, alinhados a uma nova sociedade com valores como o minimalismo e a sustentabilidade, contrários aos valores até então pregados. Por outro lado, há estudos que veem esses empreendedores como uma ameaça ao desenvolvimento regional, não almejando lucros, oferecendo serviços e produtos sub-ótimos e por fim não favorecendo o surgimento de novos empregos e não contribuindo para distribuição de rendas.

Como proposta de estudos futuros sugere-se a realização de pesquisa em base de dados nacionais, acrescentando-se artigos para a revisão sistemática de literatura abordando outros artigos além dos 36 (trinta e seis) deste estudo. Ao analisar a área de conhecimento dos *journals* que publicaram os artigos, percebe-se que os empreendedores de estilo de vida e seus empreendimentos vêm sendo estudados quase que exclusivamente sob o prisma do turismo. Sendo assim se faz necessário novas pesquisas do tema sob a ótica do empreendedorismo em outras áreas para validar os constructos.

Para validação de novas características empreendedoras sugeridas na presente revisão sistemática, sugere-se também uma pesquisa utilizando o Método Delphi a fim de consolidar um quadro de características de empreendedores de estilo de vida por acadêmicos e especialistas. Por fim, pela quantidade reduzida de artigos localizados nas bases de dados escolhidas e, por se tratar de assunto ainda recente na academia, sugere-se efetuar uma nova revisão incluindo outras bases e anais de congressos a fim de aumentar o número de publicações sobre o tema a servir de base em pesquisas futuras.

## Referências

- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378–392.
- Bertella, G. (2011). Communities of practice in tourism: Working and learning together. An illustrative case study from northern Norway. *Tourism Planning & Development*, 8(4), 381–397.
- Bozzo, A. L., Mello, H., & De Freitas, R. (2017). Ideologia de vida e motivação empreendedora. *Anais Do VI SINGEP - Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade*, 1–13.
- Bredvold, R., & Skålén, P. (2016). Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry. *Tourism Management*, 56, 96–105.
- Carlsen, J., Morrison, A., & Weber, P. (2008). Lifestyle oriented small tourism firms. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 255–263.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Cederholm, E. A., & Åkerström, M. (2016). With a little help from my friends: Relational work in leisure-related enterprising. *Sociological Review*, 64(4), 748–765.
- Cederholm, E. A., & Hultman, J. (2010). The value of intimacy - negotiating commercial relationships in lifestyle entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(1), 16–32.
- Chavadi, C. A., & Sirothiya, M. (2018). A discriminant model to assess the entrepreneurial talent of mba students in Bangalore: An empirical study. *Prabandhan: Indian Journal of Management*, 11(6), 7.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Cooper, A. C., & Artz, K. W. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 439–457.
- Corrêa, J. S., Lopes, L. F. D., Ávila, L. V., Albanio, L. D. S., & Almeida, D. M. de. (2017). Características de publicações nacionais sobre Síndrome de Burnout. *Saber Humano: Revista Científica Da Faculdade Antonio Meneghetti*, 7(10), 91.
- Crawford, A., & Naar, J. (2016). Exit planning of lifestyle and profit-oriented entrepreneurs in bed and breakfasts. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 17(3), 260–285.
- Creswell, J. W. (2016). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto* (3rd ed.). Artmed.
- Crick, J. M., & Crick, D. (2016). Developing entrepreneurial resilience in the UK tourism sector. *Strategic Change*, 25(3), 315–325.
- Dawson, D., Fountain, J., & Cohen, D. A. (2011). Seasonality and the lifestyle “conundrum”: an analysis of lifestyle entrepreneurship in wine tourism regions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(5), 551–572.

- De la Barre, S. (2013). Wilderness and cultural tour guides, place identity and sustainable tourism in remote areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 825–844.
- Dewhurst, H., Dewhurst, P., & Livesey, R. (2007). Tourism and Hospitality SME Training Needs and Provision: A Sub-Regional Analysis. *Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 131–143.
- Dominici, A., Boncinelli, F., & Marone, E. (2019). Lifestyle entrepreneurs in winemaking: An exploratory qualitative analysis on the non-pecuniary benefits. *International Journal of Wine Business Research*.
- Eimermann, M., Tillberg Mattsson, K., & Carson, D. A. (2019). International tourism entrepreneurs in Swedish peripheries: Compliance and collision with public tourism strategies. *Regional Science Policy & Practice*, 11(3), 479–492.
- Esen, A., & Iscioglu, T. E. (2017). Lifestyle entrepreneurship in technology start-ups: the case of “piri” mobile application. *Journal of Management, Marketing and Logistics-JMML*, 4(3), 271–278.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34, 05–28.
- Helgadóttir, G., & Sigurðardóttir, I. (2008). Horse-based tourism: community, quality and disinterest in economic value. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2), 105–121.
- Honggang, X., Shaoyin, M. (2014). Regional environment of destination and the entrepreneurship of small tourism businesses: A case study of Dali and Lijiang of Yunnan province. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 144–161.
- Ikonen, H.-M. (2017). Passionately yours: Managing emotional and spatial boundaries in lifestyle-based hospitality businesses. *Hospitality & Society*, 7(3), 263–280.
- Jorgensen, K., Sandqvist, U., & Sotamaa, O. (2017). From hobbyists to entrepreneurs: on the formation of the nordic game industry. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(5), 457–476.
- Kelly, C. (2010). Analysing wellness tourism provision: A retreat operators’ study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 108–116.
- Kerr, G., Schlosser, F., & Golob, M. (2017). Leisure activities and social capital development by immigrant serial/portfolio and lifestyle entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(04), 1750026.
- Landström, H., & Harirchi, G. (2018). “That’s interesting!” in entrepreneurship research. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–23.
- Marchant, B., & Mottiar, Z. (2011). Understanding lifestyle entrepreneurs and digging beneath the issue of profits: Profiling surf tourism lifestyle entrepreneurs in Ireland. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 171–183.
- Marcketti, S. B., Niehm, L. S., & Fuloria, R. (2006). An exploratory study of lifestyle entrepreneurship and its relationship to life quality. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34, 241–259.
- Masurel, E., & Snellenberg, R. (2017). Does the lifestyle entrepreneur exist? An analysis of lifestyle entrepreneurs compared with other entrepreneurs on the basis of the development

- of entrepreneurial competences. *Research Memorandum 2017-1*.
- Notzke, C. (2019). Equestrian tourism: Animal agency observed. *Current Issues in Tourism*, 22(8), 948–966.
- Omn, G. (2018). Student involvement as a tool for nurturing business model development in tourism businesses in the stockholm archipelago. *Academica Turistica*, 11(1), 73–86.
- Peters, M., & Schuckert, M. (2014). Tourism entrepreneurs' perception of quality of life: an explorative study. *Tourism Analysis*, 19(6), 731–740.
- Peters, M., Frehse, J., & Buhalis, D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: a conceptual study of the tourism industry. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 393–405.
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2008). Systematic reviews - Do they “work” in informing decision-making around health inequalities? *Health Economics, Policy and Law*, 3(2), 197–211.
- Prince, S. (2017). Craft-art in the Danish countryside: Reconciling a lifestyle, livelihood and artistic career through rural tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(4), 339–358.
- Prolo, I., & Arantes, D. D. (2018). Expressões de felicidade no trabalho organizacional: estudo com executivos, profissionais graduados e não-graduados. *Caderno Profissional de Administração Da UNIMEP*, 8(2), 20–39.
- Ratten, V. (2018). Entrepreneurial intentions of surf tourists. *Tourism Review*, 73(2), 262–276.
- Ribeiro, A. T. V. B., & Krakauer, P. V. de C. (2016). Empreendedorismo por estilo de vida: Estudo exploratório sobre fatores motivacionais, características e gestão. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(1), 112–131.
- Schilar, H., & Keskitalo, E. C. H. (2018). Tourism activity as an expression of place attachment–place perceptions among tourism actors in the Jukkasjärvi area of northern Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(sup1), S42–S59.
- Sethna, Z., Jones, R., & Edwards, R. (2014). Indigenous and non-indigenous entrepreneurs: The significance of business and social contexts. *Journal for Global Business Advancement*, 7(4), 325–354.
- Siguroardottir, I. (2018). Wellness and equestrian tourism- new kind of adventure? *SCANDINAVIAN JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM*, 18(4), 377–392.
- Sloan, B., & Chittenden, F. (2006). Fiscal policy and self-employment: Targeting business growth. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 24(1), 83–98.
- Sun, X., & Xu, H. (2017). Lifestyle tourism entrepreneurs' mobility motivations: A case study on Dali and Lijiang, China. *Tourism Management Perspectives*, 24, 64–71.
- Sun, X., & Xu, H. (2019). Role Shifting Between Entrepreneur and Tourist: A Case Study on Dali and Lijiang, China. *Journal of Travel and Tourism Marketing*.
- Tranfield, D., Denyer, D., Smart, P., Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(2), 207–222.