



## **Análise da Produção Científica Referente à Temática do Empreendedorismo em Pesquisas de Administração**

Flavia Gubert, Rejane Remussi, Luana Possamai,  
Pelayo Munhoz Olea, Uiliam Hahn Biegelmeier

### **RESUMO**

O termo empreendedor teve sua origem na França, por volta do século XVII, designando pessoas criativas que procuravam novas formas de operar em um determinado mercado fazendo o progresso econômico. Joseph Schumpeter (1934) atribuía ao desenvolvimento econômico, a capacidade criativa do empreendedor de iniciar o processo de mudança, educando os consumidores a buscarem novas alternativas. Partindo do princípio de que o desenvolvimento econômico está diretamente ligado ao processo empreendedor, este estudo buscou por meio de bibliometria, no período de quinze anos, de 2000 a 2014, analisar a produção acadêmica que possui ligação com o tema “empreendedor” e “empreendedorismo”, em seu título, na revista de Administração Contemporânea (RAC). O objetivo do estudo constituiu em analisar, a quantidade de publicações do período, os principais assuntos abordados, os tipos de abordagens metodológicas e instrumentos de coletas de dados utilizados. Nota-se que a área do empreendedorismo passou a ser mais explorada pelos acadêmicos no ano de 2014, concentrando 25% dos artigos publicados do período. Isso demonstra que o tema é recente e deve ser explorado pela comunidade científica.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo; Empreendedor; Processo Empreendedor.

### **1 INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo como campo de estudos, busca entender como nascem as oportunidades para criação e desenvolvimento de novos produtos e serviços, mercados, processos produtivos, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como estas são descobertas por determinadas pessoas, que então utilizam de vários meios para explorá-las ou desenvolvê-las (BARON; SHANE 2011).

Schumpeter (1985), abordou o tema empreendedorismo, associando-o diretamente a capacidade de inovação do empreendedor. Assim sendo, a essência do empreendedorismo está diretamente ligada a percepção e o aproveitamento das oportunidades no âmbito dos negócios, e está relacionada com uma nova forma de uso dos recursos, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações. As novas combinações segundo o autor são pressupostos para que o desenvolvimento econômico ocorra.

A ênfase em empreendedorismo surge como consequência das mudanças tecnológicas, não sendo apenas um modismo. “A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes” (DORNELAS, 2008, p. 20). O empreendedor é uma peça importante na construção e criação das organizações. Através dele podemos verificar a relevância de suas ações perante o processo empreendedor, aproveitando as oportunidades e as transformando em ações de sucesso. A identificação de oportunidades classifica o empreendedor como alguém que está atendo as necessidades que o mercado assinala, transformando-as em negócios rentáveis onde requer a criação ou o reconhecimento para algo novo.

O conhecimento e a motivação são duas características dos empreendedores, que devem estar atentos aos fatos, reuni-los e interpretá-los; a falta dessa prática pode levar a resultados indesejados. Baron e Shane (2011, p.95), destacam que é necessário o empreendedor estar atento a informações comerciais, informações sobre as regulamentações e políticas



governamentais e estar atento às informações sobre as várias leis que afetam os negócios, inclusive novos empreendimentos. O conhecimento em diversas áreas que possam afetar seu negócio, também se faz necessário, experiências em finanças, desenvolvimento de produtos ou serviços, produção e desenvolvimento de canais de distribuição (HIRISH; PETERS; SHEPARD 2014).

Como mencionado pelos autores, o empreendedorismo move a economia, e o empreendedor é peça determinante para que o empreendedorismo ocorra, sem o conhecimento e a motivação empreendedora, as novas combinações não aconteceriam. Analisando a relevância que o empreendedorismo tem na economia e o papel do empreendedor nesse contexto, o estudo buscou por meio da bibliometria, no período de quinze anos, identificar a produção acadêmica que possui ligação com o tema “empreendedor” e “empreendedorismo”, em seu título, na Revista de Administração Contemporânea (RAC). O objetivo do estudo constituiu em analisar, a quantidade de publicações do período, os principais assuntos abordados nos artigos com relação aos temas, os tipos de abordagens metodológicas e instrumentos de coletas de dados utilizados. Para uma maior compreensão sobre o tema buscou-se na literatura os temas Empreendedorismo, Empreendedor – comportamento e perfil e o Processo empreendedor.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo pode ser definido como a criação e distribuição de valor, gerando benefícios para o próprio indivíduo, organizações e sociedade (TIMMONS, 1999). Na literatura clássica podemos citar Joseph Schumpeter, como sendo um dos autores de grande relevância sobre o tema empreendedorismo, o qual demonstra, no início do século XX, que novas maneiras de alocar os recursos econômicos por meio de negócios envolvem processos de inovação, sendo os empreendedores os agentes de mudança econômica por meio de nova tecnologia ou aprimoramento de uma antiga (GEM, 2006).

O empreendedorismo como área de negócios, busca o entendimento de como surgem às oportunidades para criar algo diferente (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes); como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos que, a seguir usam de diversos meios para explorar ou desenvolver essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de resultados (SHANE; VEKATARAMAN, 2000).

Segundo Baron, Shane (2011), o empreendedorismo é um processo, uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo, e em alguns casos, períodos consideráveis de tempo. Começa quando uma ou mais pessoas reconhecem a oportunidade de criar algo novo, que surgiu de um padrão complexo de condições de mudança. Desse modo, Filion (1999, p. 7) destaca que a “essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios”.

Bull e Willard (1993) descrevem que o empreendedorismo ocorre, quando quatro requisitos básicos são alcançados: a motivação frente às tarefas, o conhecimento (*knowhow*), expectativa de ganho pessoal e o suporte do ambiente. Carland, Hoy e Boulton (1984), definem que o empreendedorismo constitui-se no conjunto de comportamentos e de hábitos possíveis de serem adquiridos, perpetrados e reforçados nos indivíduos, por meio de capacitação adequada de forma a torná-los aptos a gerir e aproveitar oportunidades, aperfeiçoar processos e criar negócios. O espírito do empreendedorismo envolve a busca permanente de novos produtos, conceitos, métodos e mercados, aliados com aptidões na execução de todas as atividades



operacionais. Segundo Cunningham e Lischeron (1991), as abordagens de diferentes autores contribuem de forma conjunta para um melhor entendimento sobre o empreendedorismo.

De acordo com (GEM, 2008) a criação de empresas somente, não leva ao desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios estejam focando oportunidades do mercado. A partir desse pressuposto originaram-se duas definições de empreendedorismo. A primeira do empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. A segunda definição é o empreendedorismo de necessidade, em que o aspirante se aventura na jornada empreendedora devido à falta de opções no meio em que se encontra. Nesse caso, esses negócios costumam ser criados de maneira informal, sem planejamento adequado, estando suscetíveis ao fracasso prematuro, desta forma não gerando desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios. Segundo autores, esse empreendedorismo ocorre com mais intensidade em países que estão em processo de desenvolvimento, como ocorre com o Brasil.

Dornelas (2008), destaca que no Brasil, prevalecem os negócios baseados no empreendedorismo de necessidade, ou seja, não são fundamentados na identificação de oportunidades de negócios e na busca de mudanças com vistas à criação de negócios especificados, mas suprindo necessidades essenciais de renda daquele que empreende, tendo condições de manter a si e a sua família.

Na medida em que o interesse em Empreendedorismo como um campo de pesquisa tem se intensificado, um número de novas perspectivas teóricas tem emergido para explicar as ações e as lógicas que impulsionam o comportamento do empreendedor (FISHER, 2012). Nesse sentido abordaremos sobre o tema para maior compreensão e entendimento do perfil e comportamento empreendedor.

## 2.2 O EMPREENDEDOR - PERFIL E COMPORTAMENTO

A palavra empreendedor é utilizada há cerca de 800 anos, e provém do verbo francês *entreprendre*, significando fazer algo ou empreender. *Entre* (do latim *inter*) caracteriza ação mútua, reciprocidade, interação, *prendre* (do latim *prehendere*) significa utilizar, empregar, tomar uma atitude. Na língua portuguesa, a palavra surge do latim *imprehendere* e significa deliberar-se a práticas, propor-se, pôr em execução, tentar. (BOM ÂNGELO, 2003).

O termo “empreendedor” foi apresentado na economia francesa por volta dos séculos XVII e XVIII, para descrever um indivíduo que criava e coordenava um empreendimento. Richard Cantillon, economista franco-irlandês foi quem atribuiu o conceito usado até os dias atuais, para ele empreendedor eram pessoas que compravam matérias-primas e as vendiam a terceiros identificando dessa forma, uma oportunidade de negócios. Mais especificamente, veio para caracterizar pessoas ousadas que incentivavam o crescimento econômico buscando alternativas adequadas de fazer as coisas (FILION, 1999).

Jean-Baptiste Say, foi o segundo autor a se interessar por empresários, onde considerava o empreendedor que com base no conhecimento disponível pela ciência, combinava diferentes meios de produção para criar produtos úteis. Say, atribuía o desenvolvimento econômico como o resultado da criação de risco (FILION, 1997).

O empreendedor é quem destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou explorando novos recursos e materiais (SCHUMPETER, 1949). Para Gartner (1985), o empreendedor é parte do complexo processo de criação de organizações.

Drucker (1996), descreve o conceito de empreendedor, outorgando ao mesmo, o papel de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixo para um setor de produtividade mais elevado, tendo como resultado, uma maior eficiência e eficácia à economia. “O empreendedor vê a mudança como sendo norma e como sendo sadia, geralmente ele não



provoca a mudança por si mesmo (...), o empreendedor está sempre buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade (DRUCKER, 1986, p36)”. O empreendedor é caracterizado como um indivíduo que possui altos níveis de energia, de persistência e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados, os capacitam a transformar o que frequentemente começa como uma ideia (visão) simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

O empreendedor apresenta diferentes características como: criatividade, metas estabelecidas para atingir seus objetivos, postura e consciência no ambiente e nas pessoas que convive, busca constantemente o conhecimento e aprendizagem, consegue desenvolver suas habilidades, as decisões adotadas são de riscos moderados, está sempre em busca de novas ideias para inovar, imagina e realiza suas visões (FILION 1999).

Empreendedores também possuem uma necessidade maior de independência, se comparados a outros indivíduos, apresentam um forte desejo de independência, entretanto o desejo de independência pode influenciar de maneira negativa a exploração de uma oportunidade empreendedora, se este atrapalhar a constituição de importantes laços junto a consumidores, fornecedores, empregados ou investidores (SHANE, 2003).

O ambiente familiar segundo Hisrich e Peters (2004), desempenha influência no desenvolvimento de indivíduos empreendedores. Existem evidências de que os empreendedores possuem pais empreendedores, os pais propiciam uma inspiração para os filhos na infância e o relacionamento dos pais com seus filhos é um dos aspectos relevantes do ambiente familiar.

McClelland (1972) mensura através de seus estudos as características comportamentais dos empreendedores, por meio de sua teoria fundamentada na motivação psicológica. Segundo o autor o comportamento empreendedor se subdivide em três conjuntos: a) conjunto de realização: que consiste na busca de oportunidades e iniciativa; correr riscos calculados; avalia as chances de sucesso e fracasso; exigência de qualidade e eficiência; comprometimento. b) conjunto de planejamento: busca de informações; estabelecimento de metas orientados para resultados; planejamento e monitoramento sistemático, estabelecendo prazos para o cumprimento das tarefas, por meio de acompanhamento e feedback. c) conjunto de poder: independência e autoconfiança; persuasão e rede de contatos, atuação de forma a desenvolver e manter relações comerciais, negociam e fazem as pessoas confiarem em determinada ideia.

Algumas competências relevantes ao comportamento empreendedor devem ser complementadas como: liderança, independência, adaptabilidade e criatividade. Além dessas, existem também atributos desejáveis que são: inteligência, capacidade para inspirar, valores, energia, saúde e estabilidade emocional, inovação (TIMMONS, 1994).

Bessant e Tidd (2009), descrevem que empreendedores são motivados pela necessidade de conquista e este comportamento, segundo os autores, estaria associado ao risco moderado e não ao risco irracional. Os autores ressaltam como características de um empreendedor: a) a identificação de novas oportunidades e formas de se beneficiar da mudança e das rupturas; b) disciplina e foco na perseguição das oportunidades; c) execução e ação, ao invés de longas e intermináveis análises; d) ativar a rede de relacionamento, para que através das experiências compartilhadas se consiga atingir os objetivos.

O Quadro 1, apresenta abordagens sobre o tema empreendedor e empreendedorismo segundo a visão de diferentes autores com base nos estudos de Hisrich e Peters (2004).

Quadro 1 – Desenvolvimento das abordagens sobre empreendedorismo e empreendedor

Autor	Definição
-------	-----------



David McClelland (1961)	Alguém dinâmico que corre riscos moderados.
Peter Drucker (1964)	O empreendedor eleva ao máximo as oportunidades.
Albert Shapero (1975)	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita o risco de fracasso.
Karl Vesper (1980)	O empreendedor é visto de forma diferente: economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
Gifford Pinchot (1983)	O intra-empendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
Robert Hisrich (1985)	O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Hisrich e Peters (2004).

Diferentes autores possuem concepções distintas sobre empreendedorismo e empreendedor, porém todas as visões de certa forma estão corretas, elas variam de acordo com o ano e a abordagem utilizada. O perfil empreendedor tem sido objeto de pesquisas acadêmicas buscando identificar características e competências comuns encontradas em indivíduos que atuam de acordo com as abordagens empreendedoras relatadas na literatura, as pesquisas apontam que um conjunto dessas características que vêm sendo encontradas frequentemente em grande parte dos empreendedores pesquisados (LOPES; SOUZA, 2005; OLAKITAN; AYOBAMI, 2011).

Através de análise de diversas abordagens podemos citar Hisrich (1985), que descreve o empreendedorismo como sendo o processo de criação de algo novo, para compreendermos melhor o processo de criação, buscaremos entender as fases do processo empreendedor, dessa forma, buscou-se na literatura alguns autores que complementam abordagens sobre o tema.

### 2.3 O PROCESSO EMPREENDEDOR

O processo empreendedor envolve as funções e as atividades associadas à percepção de oportunidades, bem como a maneira que serão perseguidos e buscados esses interesses. O processo empreendedor também visa identificar e avaliar a oportunidade, desenvolver o plano de negócio, calculando e captando recursos para a empresa criada ser administrada. Para que isso seja favorável, o empreendedor carece ter uma base sólida comportamental para proporcionar a identificação de característica para atuação de acordo com um processo empreendedor (HISRICH; PETER ; SHEPARD, 2014).

A complexidade do processo empreendedor provém das múltiplas fontes das quais se origina o fenômeno empreendedor, segundo os autores há impossibilidades da compreensão do processo devido a utilização de um conjunto simplório de variáveis (SHAPERO; SOKOL, 1982). Os autores partem da ideia de que o processo empreendedor é um fenômeno coletivo. A ação empreendedora não seria somente atribuída a um indivíduo, mas um conjunto de pessoas que, em determinado momento, fazem parte das variadas etapas do processo.



O reconhecimento de oportunidades é considerado uma das etapas primordiais do processo empreendedor e ocorre numa sequência de eventos envolvendo novas ideias, criatividade, motivação e energia. Essa sequência de eventos indica o motivo pelo qual se deve analisa-lo como um processo composto de diversas questões chave (BARON; SHANE, 2011). A primeira etapa do processo, busca compreender como se dá a identificação das oportunidades; a segunda aborda o porquê algumas pessoas identificam oportunidades; a terceira argumenta por que algumas pessoas decidem oportunidades com maior agilidade, podendo gerar ganhos econômicos expressivos e, se as oportunidades existem realmente ou se são geradas pela mente humana. Para Baron e Shane (2011, p. 78), “[...] as oportunidades, tanto existem lá fora, como também são resultados da criação do pensamento humano”.

O processo empreendedor de concepção de uma empresa decorre da conjugação de elementos relacionados à dimensão individual, organizacional e ambiental (Gartner, 1985). Segundo o autor a criação de novas organizações é um evento multidimensional sendo que cada variável descreve apenas uma dimensão do processo e não pode ser adotada isoladamente. Sua proposição, é que, a partir da análise das dimensões: indivíduo, ambiente, organização e o processo empreendedor, pode-se estabelecer comparações buscando encontrar similaridades e diferenças que permitam compreender iniciativas de criação de empresa.

Moore (1986) aborda o processo empreendedor com relação aos dos fatores pessoais, sociais, organizacionais e ambientais que influenciam o desenvolvimento de uma ideia até à concepção da empresa. Segundo o autor o processo empreendedor está dividido em quatro fases sendo: a) Inovação, que consiste no surgimento de uma ideia a partir da identificação de uma inovação, que quando implementada da origem a uma oportunidade de negócio; b) *Trigger event*, depois de identificada a oportunidade de negócio, o processo empreendedor somente prossegue se o empreendedor decidir implementar a ideia, sendo esta o evento que aciona as atividades de criação da empresa; c) Implementação, fase em que a empresa é constituída; d) Crescimento, a fase de crescimento envolve a administração da empresa, prevendo as ações das variáveis pessoais, sociais, organizacionais que estão presentes em todo o processo empreendedor.

De acordo com Timmons e Spinelli (1994), o processo empreendedor tem início quando um evento gerador de fatores permite surgimento de um novo negócio, segundo sua análise os aspectos críticos do processo empreendedor é determinado pelos seguintes fatores: a) As oportunidades, por meio da avaliação para que se tome a decisão de permanecer ou não com o projeto; b) Equipe empreendedora, os profissionais da equipe têm perfis complementares; c) Recursos, conhecer como e onde captá-los. Segundo o autor, a análise dos recursos necessários deve ser a última a ser feita, para evitar que o empreendedor e sua equipe restrinjam a análise da oportunidade, que é a primeira tarefa a ser realizada.

Por meio da definição dos autores pode-se concluir que o processo empreendedor compreende todas as fases que vão desde a geração da ideia, ou identificação de oportunidade até o recolhimento de recompensas, com a venda do empreendimento e a saída do empreendedor, esse processo sofre influência de diversos fatores: sociais, ambientais, pessoais e organizacionais.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracterizou-se como descritivo, levando-se em conta a descrição dos principais indicadores da produção científica acerca do empreendedorismo. Hymann (1967) indica pesquisa como descritiva, na qual descreve um fenômeno e registra a maneira que ocorre. Para o alcance dos objetivos apresentados, foi aplicada a técnica de análise bibliométrica.

A bibliometria pode ser definida como uma metodologia de levantamento das atividades científicas e correspondentes, por meio de análise de dados que apresentem as



mesmas características. Por meio dessa metodologia, pode-se identificar a quantidade de trabalhos sobre um determinado assunto, publicados em uma data precisa, por um autor ou por uma instituição ou difundidos por um periódico científico. Por meios bibliométricos pode-se, por exemplo, computar dados para comparar e confrontar os elementos contidos em referências bibliográficas de documentos representativos das publicações (KOBASHI; SANTOS, 2008).

Quanto à abordagem, a pesquisa é classificada como qualitativa e quantitativa. Efetuou-se o emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações quanto na análise e o objetivo da amostra qualitativa é produzir informações aprofundadas, independente se seu tamanho, que seja capaz de produzir novas informações (DESLAURIERS, 1991).

Para viabilização deste estudo, foram consideradas as publicações do período de 2000 a 2014, contemplando artigos publicados na revista RAC. Ressaltando que o período foi definido levando-se em consideração a relevância do tema e, consequentemente, da sua aplicabilidade em pesquisas científicas, nos últimos anos. A seleção dos artigos deu-se por meio da identificação das palavras-chave “empreendedorismo” e “empreendedor”, contida nos títulos da produção acadêmica selecionada.

A RAC – Revista de Administração Contemporânea é uma revista científica que tem como missão a contribuição para o entendimento aprofundado de Administração e das Ciências Contábeis, mediante a publicação de trabalhos de pesquisa, análises teóricas, documentos para subsidiar acadêmicos, a ação administrativa, organizações públicas e privadas. Escolhemos a revista pela sua representatividade em estudos de Administração e pelo seu *qualis* A2.

Os 16 artigos, que foram extraídos da amostra de 649 publicações no período acima definido, com as características acima citadas foram analisadas com relação ao ano de publicação, aos principais assuntos abordados, os tipos de abordagens metodológicas e instrumentos de coletas de dados utilizados, para se conseguir atingir os objetivos propostos nesse estudo.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após a análise dos artigos fez-se a categorização dos mesmos levando em consideração o tema abordado em cada um deles. O Quadro 1 apresenta as categorias de temas e a quantidade de artigos que foram enquadrados em cada categoria.

Quadro 2 – Categorias de Temas

<b>Categorias</b>	<b>Quantidade de artigos</b>	<b>Percentual</b>
Empreendedorismo ligado à cultura ou localização geográfica	2	13%



Empreendedorismo e internacionalização	2	<b>13%</b>
Comportamento e competências empreendedoras	3	<b>20%</b>
Conceitos de empreendedor e perfil empreendedor (inferências quanto ao gênero)	6	<b>40%</b>
Empreendedorismo e crescimento econômico (municípios, estados, países)	2	<b>13%</b>
Perspectiva histórica do empreendedorismo e do empreendedor	1	<b>7%</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Filion (1999), o empreendedor apresenta diferentes características como: criatividade, estabelecimento de metas, postura e consciência do ambiente, busca constante de conhecimento e aprendizagem, por meio da categorização verificamos que o perfil empreendedor é o tema mais abordado nos estudos, nesse sentido podemos perceber também que foram feitas análises com relação ao gênero, tentando demonstrar que há uma diferenciação do perfil empreendedor em se tratando de homens e mulheres.

Para McClelland (1972), o empreendedor possui características comportamentais distintas, o estudo sobre o comportamento e as competências empreendedoras também ficou evidenciado com três artigos abordando o tema, o que denota o interesse pela questão, os estudos buscaram a compreensão de posturas que levam o empreendedor ao êxito. Dois artigos analisados se encaixam dentro do empreendedorismo e crescimento econômico e estes evidenciam os estudos realizados de acordo com (GEM, 2008), que descreve que a criação de empresas somente, não leva ao desenvolvimento econômico, esses artigos estudam os principais motivos que levam uma região ou um país empreender mais ou menos que o outro, e ressaltam que muitas vezes uma grande quantidade de empreendimentos sendo abertos não sinaliza desenvolvimento e crescimento econômico, mas sim uma necessidade de geração de renda, apenas para o próprio sustento ou sustento de uma família, devido à escassez de outras oportunidades. OBS

Nota-se, no entanto que, nos artigos analisados, o tema processo empreendedor não é citado. Moore (1986) destaca que o surgimento de uma ideia é o passo inicial do processo empreendedor, Baron e Shane (2011), destacam que a identificação de oportunidades é uma etapa primordial do processo empreendedor. Apesar da relevância do processo empreendedor para a criação e o estabelecimento de novas organizações, o tema ainda é pouco abordado em pesquisas.

Existe uma preocupação com relação aos estudos voltados a internacionalização e ao empreendedorismo ligado a cultura e a localização geografia. Com relação à cultura e localização, estes estudos buscam compreender a relação entre ambos os fatores para tentar explicar o alto ou baixo desenvolvimento e a relação empreendedora de certas regiões. Com relação à internacionalização há uma apreensão das empresas com relação à exportação de seus produtos, devido a algumas barreiras de entrada e os cuidados necessários para que se consiga obter sucesso, que em primeiro momento pode parecer simples, mas exige muito esforço por parte dos empreendedores, além de demandar tempo, energia e um amplo conhecimento do ambiente externo.

Percebe-se, através do estudo, que o campo do empreendedorismo possui carência em estudos, gerando a oportunidade a acadêmicos desenvolverem pesquisas sobre o tema, principalmente aqueles que são pouco abordados. Não se pode fazer a generalização quanto aos achados, em virtude disso, sugere-se como proposta de pesquisas futuras a comparação do





estudo com mais duas revistas de relevância na área da Administração verificando as lacunas nos estudos de empreendedorismo.

Por meio do levantamento da quantidade de artigos publicados pode-se constatar que até o ano de 2004 nenhum artigo referente ao tema havia sido publicado na revista, em 2004 foi feita a primeira publicação, e os anos subsequentes, aconteceu pelo menos uma publicação sobre o tema, nos anos de 2009 e 2011 foram dois estudos e no ano de 2014 foram quatro estudos realizados representando um percentual de 10% das publicações feitas naquele ano. Pode-se constatar após a verificação que a média de autores por artigo fica em três, e que somente uma pessoa possui duas publicações feitas sobre o tema empreendedorismo, uma no ano de 2011 e uma em 2013.

Quanto à abordagem utilizada constatou-se que 50% dos artigos utilizaram a abordagem qualitativa e 44% a quantitativa, apenas um artigo utilizou a abordagem qualitativa e quantitativa. Esse dado mostra aceitação da abordagem qualitativa nos estudos em administração. Com relação ao método de coleta de dados os mais utilizados nos estudos foram entrevistas 25%, questionários 25%, dois estudos não especificam a metodologia utilizada 12,5%, e os demais utilizaram outros métodos, como bibliográfico e documental resultando 18,75%, *survey* 12,5% e uma narrativa pessoal 6,25%.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo consistiu em analisar a quantidade de publicações do período, os principais assuntos abordados, os tipos de abordagens metodológicas e instrumentos de coletas de dados utilizados na Revista de Administração Contemporânea (RAC) no período de quinze anos.

Os principais resultados obtidos com relação ao estudo demonstram que a preocupação com relação ao perfil e ao comportamento do empreendedor tem destaque com relação a outras áreas, uma hipótese para tal, seria a possibilidade de comparação dos achados com a teoria, uma vez que na teoria hoje, existem definições segundo diversos autores sobre esse assunto, outra hipótese seria a necessidade de uma maior compreensão acerca dos comportamentos e do perfil empreendedor para conseguir responder certas atitudes e posturas em meio ao ambiente de negócios. Para conseguir sustentar tais hipóteses, seria necessário estudar os estímulos que levaram cada um dos autores a escolher o tema de suas produções científicas.

Constatou-se nos estudos que a cultura vem ganhando espaço, no sentido de buscar explicações do porquê de certas regiões possuem um maior desenvolvimento econômico perante outras, percebeu-se que o próprio GEM, (2008), em seus estudos destaca que países com uma economia em desenvolvimento, acabam possuindo mais empreendedores que buscam a subsistência de sua família devido à necessidade, por falta de oportunidades na região a qual se encontra, mostrando que o empreendedorismo ligado ao crescimento econômico possui ligação direta com a questão cultural de cidade, estados ou países.

Ressaltou-se que o tema do empreendedorismo, por ser atual, especialmente no Brasil, permite a realização de estudos que venham a contribuir e auxiliar na compressão de certos fenômenos que ocorrem nesse campo. Como recomendações de pesquisa futura sugere-se a comparação dos achados com mais duas revistas voltadas a Administração, verificando se os dados encontrados em nossa pesquisa se repetem nas demais, ou esta seria um caso específico de certos fenômenos, como por exemplo, não possuir publicação referente ao tema antes do ano de 2004.

## REFERÊNCIAS

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: Uma Visão do Processo**. Cengage Learning, 2011.



- BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009. 512p.
- BOM ÂNGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo**: a nova postura de quem faz a diferença. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BULL, I.; WILLARD, G. Towards a theory of entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 8, n. 3, p. 183-196, 1993.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining entrepreneurship. **Journal of small business management**, v. 29, n. 1, p. 45-61, 1991.
- DESLAURIERS J-P. **Recherche qualitative**: guide pratique. Québec (Ca): McGrawHill, Éditeurs, 1991.
- DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 3ª Ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor** (*entrepreneurship*): práticas e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1996.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor** (*entrepreneurship*): prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 39, n. 4, p.6-20, out./dez. 1999.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v.34, n.6, p.50-61, 1999.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.
- FILION, L. J. Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. **Revue internationale PME: économie et gestion de la petite et moyenne entreprise**, v. 10, n. 2, p. 129-172, 1997.
- FILION, L.J. **O Empreendedorismo como tema de Estudos Superiores**. Escola de Altos Estudos Comerciais de Montreal, 1999.
- FISHER, G. Effectuation, causation, and bricolage: a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 36, n. 5, p. 1019-1051, 2012.
- GARTNER, W. B. A Conceptual framework for describing the phenomenon of new venture Creation. **Academy of management review**, v.10, p. 696-706, 1985.
- GEM – **Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil 2005**. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Estado do Paraná – IBQP-PR, 2006. Disponível em: [http://www.comicro.org.br/imgs/estudos/9-GEM-Empreendedorismo-no-Brasil\\_2005.pdf](http://www.comicro.org.br/imgs/estudos/9-GEM-Empreendedorismo-no-Brasil_2005.pdf) . Acesso em: 23 jul. 2015.



GEM-Brasil. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2007.** Curitiba: IBQP, 2008. Disponível em: <  
<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2007.pdf> >.  
Acesso em: 23 jul. 2015.

HISRICH, R. D.; PETERS M. P. **Empreendedorismo.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 9ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2014.

HYMANN, H. **Planejamento e análise da pesquisa: princípios, casos e processos.** Rio de Janeiro: Lidador, 1967.

KETS DE VRIES, M. Rebeldes criativos com causa. In: **Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor.** São Paulo: Makrom Books, 2001, pg. 04-07.

KOBASHI, N. Y.; DOS SANTOS, R. N. M. Arqueologia do trabalho imaterial: uma aplicação bibliométrica à análise de dissertações e teses. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 13, n. 1, p. 106-115, 2008.

LOPES JR, G. S.; DE SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 6, 2005.

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MOORE, C. F. Understanding Entrepreneurial Behavior: A Definition and Model. In: *Academy of Management Proceedings.* Academy of Management, 1986. p. 66-70.

OLAKITAN, O. O.; AYOBAMI, A. P. An investigation of personality on entrepreneurial success. **Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences**, v. 2, n. 2, p. 95-103, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development.** Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. **O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico.** A teoria do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, C. A.; SEXTON, D.; VESPER, K. (Eds.). **Encyclopedia of Entrepreneurship.** Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall, 1982. p. 72-90.

SHANE, S. **A general theory of entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus.** NorthHampton: Edward Elgar, 2003.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of



Research. **Academy of Management Review**, v. 25 p.217-26, 2000.

TIMMONS, J. A. **New Venture creation**: entrepreneurship for the 21<sup>o</sup> Century. New York: Irwin, 1999.

TIMMONS, J., SPINELLI, S. **New Venture creation**: Entrepreneurship for the 21st century. New York: Mc Graw-Hill/Irwin, 2004.

TIMMONS, J.A. **New Venture Creation**: Entrepreneurship for 21st Century. 4 Ed. Chicago, IL: Irwin, 1994.