



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



ESTRUTURA INTELECTUAL DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE DE CITAÇÃO E CO-CITAÇÃO

INTELLECTUAL STRUCTURE OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR: AN ANALYSIS OF CITATION AND CO-CITATION

SIMONE GRECCO SANCHES SUEIRO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

TAINÁ ALVES DOS SANTOS

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

STEFANO MALESKI

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

VÂNIA MARIA JORGE NASSIF

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



ESTRUTURA INTELECTUAL DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE DE CITAÇÃO E CO-CITAÇÃO

Objetivo do estudo

Este estudo teve o objetivo de compreender a estrutura intelectual relacionado ao comportamento empreendedor, pela análise da produção acadêmica na área da Administração.

Relevância/originalidade

Uma consulta preliminar à base ISI Web of Science mostrou que muito tem se falado sobre comportamento empreendedor, o volume de publicações tem aumentado anualmente e novos estudos tem sido desenvolvido sob diversas perspectivas. Assim, se faz necessário ter uma visão geral sobre tudo que foi estudado até hoje e identificar em quais direções os estudos desse tema estão sendo direcionados, visto que não foram localizados outros estudos que tenham apresentado tal perspectiva.

Metodologia/abordagem

Foi avaliada a contribuição da pesquisa sobre comportamento empreendedor a partir de estudo bibliométrico de citação e cocitação. Além disso, buscou-se analisar os principais temas nos estudos de comportamento empreendedor por meio da análise fatorial exploratória (AFE).

Principais resultados

Na AFE foram identificados 3 fatores que refletem os assuntos que vêm sendo explorados no âmbito do comportamento empreendedor. O primeiro fator diz respeito às questões dos modelos de intenção e autoeficácia. O segundo fator se relaciona à orientação empreendedora e ao ambiente em que os empreendedores atuam. O terceiro fator remete ao esforço encontrado na literatura para explicar a ação do empreendedor.

Contribuições teóricas/metodológicas

Além das análises, cada fator demonstrou o que e como o comportamento do empreendedor vem sendo explorado na literatura, permitindo que outros pesquisadores possam partir desta estrutura intelectual para geração de novos conhecimentos científicos.

Contribuições sociais/para a gestão

Os achados corroboram com o direcionamento de estudos futuros que possam continuar investigando como o comportamento podem impactar os resultados do empreendedor e em quais contextos.

Palavras-chave: comportamento empreendedor , bibliometria, intenção, autoeficácia, orientação empreendedora



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



INTELLECTUAL STRUCTURE OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR: AN ANALYSIS OF CITATION AND CO-CITATION

Study purpose

This study aimed to understand the intellectual structure related to entrepreneurial behavior, by analyzing academic production in the area of Business Administration.

Relevance / originality

A preliminary consultation with the ISI Web of Science database showed that much has been talked about entrepreneurial behavior, the volume of publications has increased annually and new studies have been developed from a variety of perspectives. Thus, it is necessary to have an overview of everything that has been studied to date and identify in which directions the studies of this theme are being directed, since no other studies have been found that have presented such perspective.

Methodology / approach

The contribution of the research on entrepreneurial behavior was evaluated from a bibliometric study of citation and cocitation. In addition, we sought to analyze the main themes in the studies of entrepreneurial behavior through exploratory factor analysis (EFA).

Main results

In the EFA, 3 factors were identified that reflect the issues that have been explored in the context of entrepreneurial behavior. The first factor concerns the issues of the models of intent and self-efficacy. The second factor relates to entrepreneurial guidance and the environment in which entrepreneurs operate. The third factor refers to the effort found in the literature to explain the action of the entrepreneur.

Theoretical / methodological contributions

In addition to the analyses, each factor demonstrated what and how the behavior of the entrepreneur has been explored in the literature, allowing other researchers to start from this intellectual structure to generate new scientific knowledge.

Social / management contributions

The findings corroborate the direction of future studies that may continue to investigate how behavior can impact the results of the entrepreneur and in what contexts.

Keywords: entrepreneurial behavior, bibliometry, Intention, self-efficacy, entrepreneurial orientation



1 Introdução

O empreendedorismo é amplamente reconhecido como um elemento vital para o sucesso na sociedade de hoje devido às suas importantes contribuições para o crescimento económico, a criação de emprego e os avanços tecnológicos (Neneh, 2019). Embora o estudo do comportamento empresarial, especialmente em todas as disciplinas, seja relativamente novo, a palavra "empreendedor" está em uso há séculos (Neto, Rodrigues, Polega, & Persons, 2018). Dentre tantos temas abordados, poucos constructos na história das pesquisas em empreendedorismo têm desfrutado de duração e nível de atenção acadêmica semelhante ao constructo comportamento empreendedor.

Hoje em dia, o comportamento empreendedor é uma das áreas mais pesquisadas no empreendedorismo e, portanto, uma das mais relevantes. De forma geral, o processo de empreendedorismo envolve empreendedores interagindo com seu ambiente para aproveitar oportunidades (Jones, Klapper, Ratten, & Fayolle, 2018). Nesse sentido, a literatura sobre este tema pode existir em níveis individuais, de equipe, unidade, organizações, interorganizacionais, industriais ou países (Amarakoon, Weerawardena, Verreynne e Teicher, 2018).

O comportamento também é investigado sob a perspectiva de como os empreendedores se orientam, dão sentido às suas experiências, fornecem diretrizes para suas ações. Por isso, entender, explicar e prever o comportamento do empreendedor se torna elemento chave para os atores interessados nessa área (Bird, Schjoedt e Baum, 2012). O caráter psicológico dos empreendedores afeta fortemente o comportamento e ações no processo empresarial como: no reconhecimento das oportunidades, na tomada de decisão, no julgamento e na avaliação e por fim nas intenções e nas decisões de risco (Omorede, Thorgren e Wicent, 2014). Assim, a literatura sobre o comportamento empreendedor acaba envolvendo as atividades estratégicas que agregam valor às empresas (por exemplo, desenvolvimento de capacidade e inovação), e evoluiu principalmente em contextos técnicos (ou seja, produto e processo) (Amarakoon, Weerawardena, Verreynne e Teicher, 2018).

O comportamento empreendedor tem sido tradicionalmente incorporado em determinados contextos que são caracterizados por dinamismo e envolve empreendedores interagindo com seu ambiente para aproveitar oportunidades (Jones, Klapper, Ratten, & Fayolle, 2018). No entanto, apesar dos avanços significativos voltados à compreensão sobre esse constructo e importantes resultados em nível micro e macro associados ao comportamento empreendedor, a pesquisa sobre o tema chegou a um impasse. Uma consulta preliminar à base ISI Web of Science mostrou que muito tem se falado sobre comportamento empreendedor, o volume de publicações tem aumentado anualmente e novos estudos tem sido desenvolvido sob diversas perspectivas. Assim, se faz necessário ter uma visão geral sobre tudo que foi estudado até hoje e identificar em quais direções os estudos desse tema estão sendo direcionados.

A bibliometria é um subconjunto de cientometria, que envolve a análise de publicações e suas propriedades e usa a visualização de domínio do de conhecimento para sentir e monitorar o desenvolvimento de um campo de conhecimento. Na área de administração os estudos bibliométricos tem ganhado espaço mais recentemente devido a facilidade de se trabalhar com as bases de dados eletrônicas (Zupic & Čater, 2015). Por isso, este método foi adotado para contribuir com o mapeamento da literatura para organizar e identificar os principais autores, artigos e periódicos relacionados ao tema. Esta também é uma técnica útil no desenvolvimento de novas ideias, conceitos e perspectivas de abordagens.

Este estudo buscou responder à questão de pesquisa: Quais são os principais temas nas pesquisas sobre comportamento empreendedor analisando-se a produção acadêmica científica ao longo dos anos? O objetivo principal foi o de compreender a estrutura intelectual relacionado ao comportamento empreendedor, pela análise da produção acadêmica na área da



Administração. Os objetivos específicos foram avaliar a contribuição da pesquisa sobre comportamento empreendedor a partir de estudo bibliométrico de citação e cocitação. Além disso, buscou-se analisar os principais temas nos estudos de comportamento empreendedor por meio da análise fatorial exploratória.

O trabalho foi organizado para apresentar uma sequência de seções considerando sua especificidade como artigo bibliométrico, mas mesmo em se tratando disto, optou-se por apresentar um referencial teórico orientativo sobre o tema. Na sequência, apresentou-se a seção de metodologia, seguindo para apresentação dos resultados considerando a base intelectual de comportamento empreendedor, refletindo o cenário geral e os assuntos predominantes do tema. Finalizou-se com a discussão dos achados e considerações finais, apresentando possíveis pesquisas futuras sobre o assunto.

2 Metodologia

Neste estudo foram utilizadas técnicas bibliométricas a partir de artigos publicados sobre o tema de comportamento empreendedor ao longo dos anos. Dado o crescente corpo de pesquisas sobre este assunto, torna-se útil ter uma visão histórica sobre o conhecimento acumulado para dar sentido ao que já é conhecido no campo científico e, a partir disso, gerar uma nova agenda de pesquisa. Neste sentido, foi coletada uma amostra de 2.296 artigos no banco de dados ISI Web of Science da Thomson-Reuter. Em seguida, foram realizadas as análises de frequências de citação e cocitação, além da criação dos mapas de rede e análise fatorial exploratória para derivar os subcampos de estudo e oportunidades de pesquisa sobre comportamento empreendedor.

Uma bibliometria pode ser caracterizada como uma série de técnicas que buscam quantificar o processo de comunicação da escrita e analisar alguns atributos e comportamentos de informações publicadas (Okubo, 1997). Embora a análise bibliométrica tenha provado ser valiosa em uma ampla variedade de campos, não foi identificado qualquer estudo bibliométrico do comportamento empreendedor. Este estudo faz uso da literatura para mapear a estrutura deste campo. Também são fornecidos insights sobre as principais oportunidades de publicação, e estabelece uma referência para o estudo de tendências e paradigmas emergentes na pesquisa de comportamento empreendedor.

Para esses autores, a bibliometria é um instrumento quantitativo que permite minimizar a subjetividade das análises. Por isso, as três leis bibliométricas principais (Zipf, de Lotka e de Bradford) tem relação direta com este trabalho. A lei de Zipf propõe a observação da frequência de ocorrência de palavras em um dado texto com o objetivo de propor indexações. A lei de Lotka trata da produtividade dos autores, fundamentando-se na premissa de que alguns estudiosos publicam muito e que muitos acadêmicos publicam pouco. Por fim, a lei de Bradford permite estimar o grau de relevância de periódicos numa determinada área do conhecimento.

Para conduzir a pesquisa, o termo “entrepreneur* behaviour” (entre aspas e com o asterisco) foi utilizado. A busca foi realizada nos tópicos das publicações disponíveis na ISI Web of Science. Não foi feita a definição de um período, visto que o objetivo era mapear toda a produção disponível na base de dados até setembro de 2019, correspondendo ao período de coleta de dados. Também buscou-se limitar a amostra para considerar apenas artigos, por ser um tipo de documento que passa por revisão em pares. Restringiu-se os resultados da base de dados para a análise dos documentos disponíveis em inglês e português, além de terem sido publicados nas categorias de business ou management. Assim, a amostra foi composta por 2.296 artigos.

Foram utilizados os softwares Bibexcel, SPSS, Ucinet e o próprio Microsoft Excel para analisar a amostra em três etapas. Na primeira etapa foram elaboradas as figuras, tabelas e



gráficos a fim de apresentar os indicadores de impacto: evolução da produção científica; revistas científicas mais utilizadas; países com maior produção; autores mais produtivos; e documentos mais citados. Também foi feita a análise de conteúdo dos resumos com base nos termos mais frequentemente usados na amostra. O objetivo foi gerar uma representação do impacto e contribuição dados pelos autores, publicações, periódicos e países ao tema de comportamento do empreendedor.

Na segunda etapa foram gerados os indicadores relacionais a partir da técnica bibliométrica de cocitação. Assim, criou-se o mapa de rede de cocitação e realizou-se a análise fatorial exploratória, que é uma técnica de redução de dados que correlaciona itens a fatores (Hair, Black, Anderson, & Tatham, 2005). O objetivo foi analisar a matriz de cocitação dos autores que se citam e se correlacionam formando um fator que pode determinar um campo de estudo. Após a realização das duas etapas, foi feita a interpretação e discussão dos dados a partir dos fatores extraídos na análise de cocitação.

3 Análise dos resultados

A análise e interpretação dos dados deram-se em três frentes, sendo elas: indicadores de impacto, indicadores relacionais e indicadores de atividades de publicação. A seguir encontram-se os resultados de cada uma delas.

3.1 Indicadores de Impacto

As publicações sobre o tema Comportamento Empreendedor aumentaram no período analisado (Figura 1). O primeiro estudo foi publicado em 1975. Os primeiros 15 anos contaram com apenas 114 publicações no tema, chegando ao limite máximo de 16 artigos nos anos que apresentaram mais publicações. O período de 2001 a 2010 apresentou um crescimento significativo, com a publicação de 389 artigos.

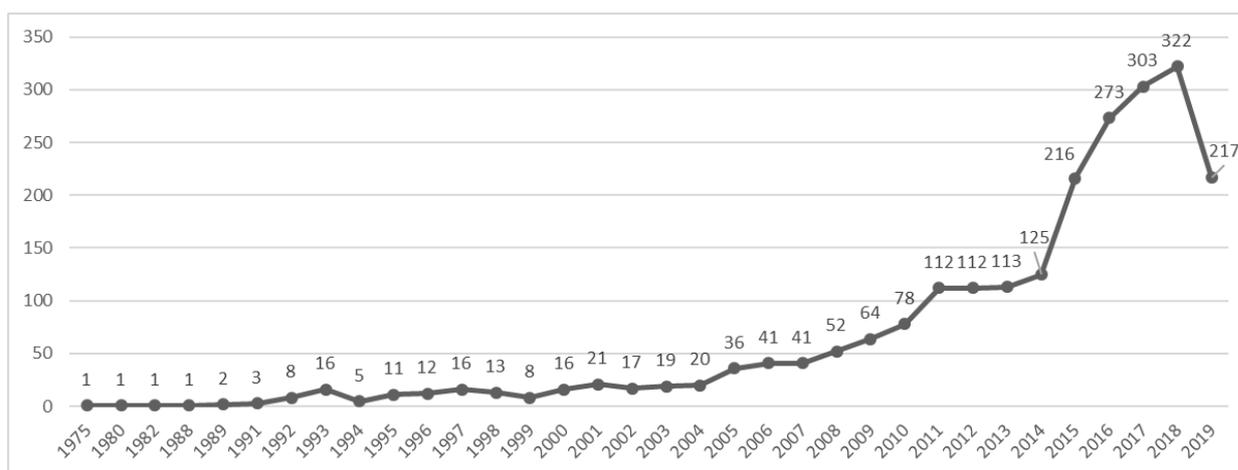


Figura 1. Evolução da produção científica (1975 à 2019).

Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

O período seguinte foi caracterizado pelos anos de 2011 até parte de 2019 e apresentou um aumento expressivo no interesse pelo tema, totalizando 1.496 novos artigos que representam cerca de 65% dos artigos publicados até a data da coleta dos dados. Esses dados mostram dois picos de publicação: 2011, com 112 artigos, representando 30% de aumento em comparação



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



com o ano anterior; e 2014, com 125 artigos, que foi onde iniciou o pico de produção científica atual.

A Lei de Bradford (Brookes, 1969) permitiu a identificação do grupo de periódicos que publicam artigos sobre comportamento empreendedor. Os 2.296 artigos de amostra foram publicados em 344 periódicos, dos quais apenas 20 respondem por cerca de 45 por cento (1.025 artigos) da produção científica analisada (Tabela 1). Os periódicos notáveis do comportamento empreendedor são: *Journal of Business Venturing*, *Small Business Economics* e *Entrepreneurship Theory and Practice*, sendo que este último apresentou o maior índice SJR dentre todos os periódicos listados neste ranking.

Periódico Científico	SJR	Artigos
1. <i>Journal of Business Venturing</i>	4.84	150
2. <i>Small Business Economics</i>	1.91	110
3. <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	5.07	82
4. <i>International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research</i>	0.79	78
5. <i>Journal of Small Business Management</i>	1.84	76
6. <i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	1.05	73
7. <i>Journal of Business Research</i>	1.68	64
8. <i>Entrepreneurship and Regional Development</i>	1.17	57
9. <i>Journal of Business Ethics</i>	1.86	49
10. <i>International Small Business Journal - Researching Entrepreneurship</i>	1.99	35
11. <i>International Business Review</i>	1.37	34
12. <i>Journal of Small Business and Enterprise Development</i>	0.50	32
13. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>	2.82	30
14. <i>Management Decision</i>	0.73	28
15. <i>Research Policy</i>	3.41	26
16. <i>Journal of Technology Transfer</i>	1.92	22
17. <i>Entrepreneurship Research Journal</i>	0.53	20
18. <i>Journal of Developmental Entrepreneurship</i>	0.25	20
19. <i>Journal of Management Studies</i>	3.14	20
20. <i>International Journal of Gender and Entrepreneurship</i>	0.34	19
Outros 324 periódicos científicos		1.271

Tabela 1. Periódicos que mais publicaram em Comportamento Empreendedor entre Janeiro de 1975 à Setembro de 2019 e os respectivos indicadores de SJR.

Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

A Tabela 2 mostra os países organizados de acordo com o esquema de clusters culturais do estudo GLOBE (House *et al.*, 2004; Mensah e Chen, 2013; Martens, Lacerda, Belfort e Freitas, 2016). O estudo GLOBE agrupa os países de acordo com fatores culturais, geodemográficos e históricos, considerando-se as semelhanças nos contextos culturais nacionais. Os 2.296 artigos publicados são originados de 33 países.

Os países com maior volume de publicação sobre comportamento empreendedor são os Estados Unidos, com 33,41 por cento dos artigos da amostra, seguido pela Inglaterra (33,01 por cento) e Holanda (18,68 por cento). Os países que menos produziram neste tema são Ucrânia,



China, Taiwan, Chile e França. De forma geral, pouco mais de 67 por cento das publicações partiram de países anglo, totalizando 1.546 artigos oriundos desta região. As regiões da Europa Germânica e da Ásia Confucionista também foram responsáveis por uma parte das publicações, contribuindo com 23,35 por cento e 2,36 por cento respectivamente.

Região	País	Artigos	Região	País	Artigos
Anglo (1.546)	Austrália	2	Ásia Confucionista (52)	China	1
	Canadá	6		Singapura	50
	Inglaterra	758		Taiwan	1
	Irlanda	13	Europa Nórdica (31)	Lituânia	25
		Estados Unidos		767	Noruega
Europa Germânica (536)	Alemanha	45	África Subsaariana (29)	Nigéria	8
	Holanda	429		África do Sul	21
	Espanha	7	América Latina (26)	Brasil	22
	Suíça	55		Chile	1
Europa Oriental (44)	Croácia	4	Colômbia	3	
		República Tcheca	5	Sul da Ásia (23)	Índia
	Polônia	23	Indonésia		2
	Rússia	5	Irã		5
	Sérvia	4	Malásia	4	
	Eslováquia	2	Coréia do Sul	2	
	Ucrânia	1	Europa Latina (9)	França	1
		Romênia		8	

Tabela 2. Repartição, por país, da produção de artigos científicos em Comportamento Empreendedor entre Janeiro de 1975 à Setembro de 2019.

Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

A lei de Lotka (Pritchard, 1969) permitiu a identificação dos autores que mais publicam e que supostamente pode ser considerado como os mais prestigiados ou que trouxeram a maior contribuição acadêmica até o momento. Também permite considerar a maturidade da literatura científica sobre um assunto. Em áreas de conhecimento mais consolidadas, a produção significativa concentra-se em alguns autores, enquanto um número maior de autores tem uma produção reduzida (Lotka, 1926; Pritchard 1969).

A análise mostrou que dos 4.539 autores envolvidos nas publicações sobre comportamento empreendedor, alguma concentração de publicações entre alguns autores é evidente: 72 autores contribuíram com cinco ou mais estudos (Tabela 3.). Ao analisar este grupo de autores percebe-se que nove deles (Wincent, Baron, Linan, Autio, Cardon, Covin, Coviello, Crick e Minniti) estão envolvidos em pelo menos um dos 20 artigos mais citados nos 2.296 artigos da amostra, com pelo menos 387 citações cada uma (ver Tabela 5.). Isso demonstra a relevância desses autores para o campo da pesquisa. Outro fato a considerar é que 64,46 por cento dos autores identificados na amostra (3.798) têm apenas um artigo na amostra. Este resultado é confirmado pela lei de Lotka sobre o maior número de autores com produção reduzida (Lotka, 1926), reforçando assim a maturidade da literatura sobre EO.



Autores	Artigos
Kuratko, D.F.	14
Kraus, S.; Wright, M.	12
Hornsby, J.S.; Ireland, R.D.; Shepherd, D.A.; Urban, B.; Wiklund, J.; Wincent, J.	11
Baron, R.A.; De Clercq, D.; Kautonen, T.; Linan, F.	10
Frese, M.; Hmieleski, K.M.; Kellermanns, F.W.; Sieger, P.	9
Brettel, M.; Dimitratos, P.; Eddleston, K.A.; Fayolle, A.; Miller, D.	8
Fassin, Y.; Liu, Y.; Morris, M.H.; Pathak, S.; Patzelt, H.; Urbano, D.; Westhead, P.	7
Autio, E.; Boso, N.; Cardon, M.S.; Covin, J.G.; Fink, M.; Harms, R.; Kibler, E.; Madison, K.; Moriano, J.A.; Puumalainen, K.; Raposo, M.; Shirokova, G.; Short, J.C.; Ucbasaran, D.; Webb, J.W.; Welter, F.; Wennberg, K.	6
Aguinis, H.; Aloulou, W.J.; Audretsch, D.B.; Cadogan, J.W.; Chaston, I.; Collewaert, V.; Coviello, N.E.; Crick, D.; Farrukh, M.; Fellnhofner, K.; Gundry, L.K.; Gupta, V.K.; Khan, M.S.; Knockaert, M.; Kuivalainen, O.; Le Breton-Miller, I.; Mauer, R.; McMullen, J.S.; Minniti, M.; Patel, P.C.; Tang, J.T.; Thurik, R.; Valliere, D.; Volery, T.; Walter, S.G.; Zhang, Y.L.	5

Tabela 3. Autores com pelo menos 5 artigos encontrados na amostra analisada.
Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

Autor, Ano	Título	Periódico	Citações
Krueger <i>et al.</i> (2000)	Competing models of entrepreneurial Intentions	Journal of Business Venturing	1.382
Autio <i>et al.</i> (2000)	Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth	Academy of Management Journal	1.218
Chen <i>et al.</i> (1998)	Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?	Journal of business venturing	875
Zhao <i>et al.</i> (2005)	The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions	Journal of applied psychology	756
Zahra e Covin (1995)	Contextual influences on the corporate entrepreneurship performance relationship - a longitudinal analysis	Journal of business venturing	756
Oviatt e McDougall (2005)	Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization	Entrepreneurship theory and practice	694
Souitaris <i>et al.</i> (2007)	Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources	Journal of business venturing	615
Linan e Chen (2009)	Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions	Entrepreneurship theory and practice	591



Baum <i>et al.</i> (2001)	A multidimensional model of venture growth	Academy of management journal	582
Reay e Hinings (2009)	Managing the rivalry of competing institutional logics	Organization studies	547
Peterman e Kennedy (2003)	Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship	Entrepreneurship theory and practice	534
Arenius e Minniti (2005)	Perceptual variables and nascent entrepreneurship	Small business economics	506
Rialp <i>et al.</i> (2005)	The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry?	International business review	499
Gaglio e Katz (2001)	The psychological basis of opportunity identification: entrepreneurial alertness	Small business economics	493
Coviello (2006)	The network dynamics of international new ventures	Journal of international business studies	463
Jones e Coviello (2005)	Internationalisation: conceptualising an entrepreneurial process of behaviour in time	Journal of international business studies	463
Baron (2008)	The role of affect in the entrepreneurial process	Academy of management review	458
Cardon <i>et al.</i> (2009)	The nature and experience of entrepreneurial passion	Academy of management review	410
George (2005)	Slack resources and the performance of privately held firms	Academy of management journal	410
Meyer e Peng (2005)	Probing theoretically into central and eastern europe: transactions, resources, and institutions	Journal of international business studies	387

Tabela 4. Lista dos 20 artigos mais citados da amostra de 2.296 artigos.
Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

A Tabela 4. apresenta os 20 artigos mais citados na amostra analisada. Menção especial deve ser dada ao trabalho de Krueger *et al.* (2000), um artigo que lidera o ranking dos trabalhos mais citados com 1.382 citações ou cerca de 3 por cento do total de 43.497 citações de artigos da amostra. O segundo estudo mais citado é de Autio *et al.* (2000), que assim como Krueger *et al.* (2000) trata sobre a intenção empreendedora.

A análise do número de citações dos artigos (Tabela 5.Tabela 4.) mostra um conjunto de obras mais citadas, e também cerca de 18 por cento dos artigos sem citações (dados até setembro de 2019). Entre os 2.296 artigos, observa-se um grupo de 194 artigos foram citados mais de 100 vezes, o que indica a relevância desses estudos na pesquisa sobre comportamento empreendedor.



Número de Citações	Artigos	%	Número de Citações	Artigos	%
Acima de 500 citações	12	0.5%	61 - 70 citações	50	2.2%
401 - 500 citações	7	0.3%	51 - 60 citações	56	2.4%
301 - 400 citações	18	0.8%	41 - 50 citações	81	3.5%
201 - 300 citações	32	1.4%	31 - 40 citações	92	4.0%
101 - 200 citações	125	5.4%	21 - 30 citações	136	5.9%
91 - 100 citações	22	1.0%	11 - 20 citações	284	12.4%
81 - 90 citações	24	1.0%	1 - 10 citações	912	39.7%
71 - 80 citações	31	1.4%	Sem citações	414	18.0%

Tabela 5. Citações de artigos científicos da amostra (Janeiro de 1975 à Setembro de 2019).
Nota: Número de citações considerando o total de citações extraídas da ISI Web of Science.
Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.

3.2 Indicadores Relacionais

A seleção de artigos na ISI Web of Science foi transformada em uma matriz de cocitação com o uso do software (*open source*) Bibexcel. Esta matriz foi composta pelos 50 artigos mais citados na amostra. A partir dela, foi gerado o mapa de rede de cocitação no software Ucinet e a análise fatorial exploratória no software SPSS.

A análise de cocitação contidas nas referências dos 2.296 artigos da amostra permitiu identificar os autores mais citados em estudos sobre comportamento empreendedor. A Figura 2. Mapa de rede de cocitação. mostra claramente a centralidade dos autores no mapa de rede de cocitação, que também são os principais números do tema de comportamento empreendedor.

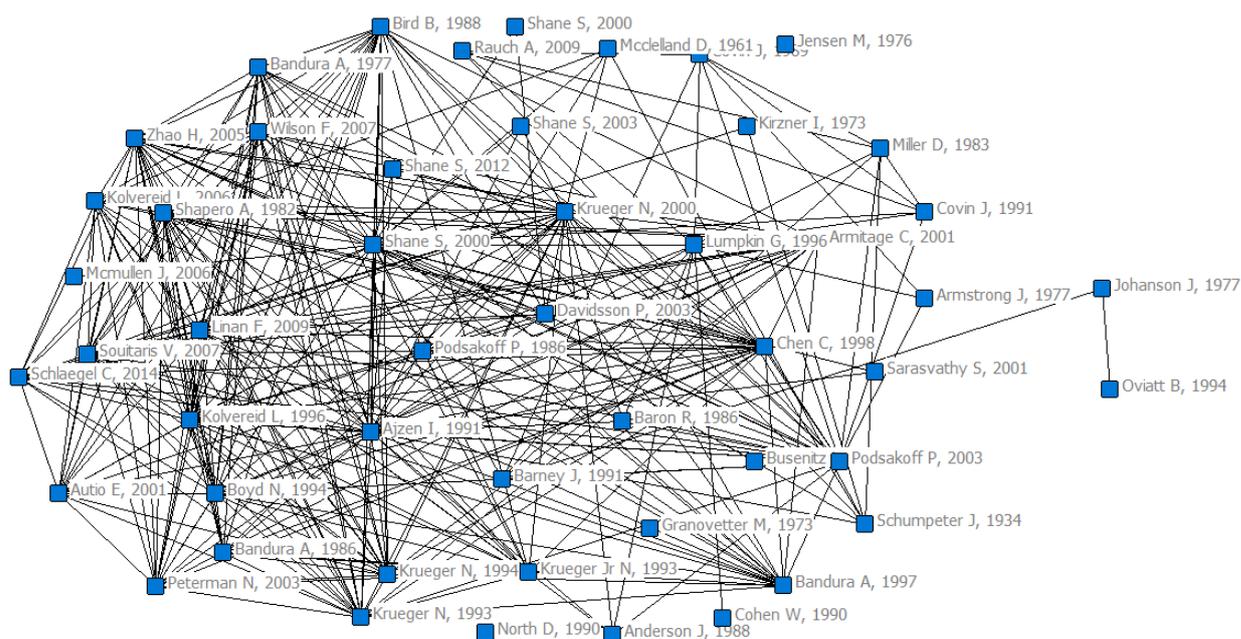


Figura 2. Mapa de rede de cocitação.
Fonte: Dados da pesquisa - pesquisa com base na ISI Web of Science.



Ao realizar a análise da matriz de cocitação, percebe-se que autores que se citam acabam se correlacionando e, portanto, formando um fator que pode determinar um campo de estudo (Quevedo-Silva, Santos, Brandão & Vils, 2016). Para a identificação destes fatores, optamos pela realização da análise fatorial exploratória, que é uma técnica de redução de dados que correlaciona itens a fatores (Hair, Black, Anderson, & Tatham, 2005).

Seguiu-se os procedimentos recomendados por Hair *et al.* (2005) para a realização desta análise, avaliando o KMO (acima de 0,5) de cada item na matriz de anti-imagem, o KMO geral (acima de 0,5), a exclusão de itens com comunalidade abaixo de 0,5, de itens com carga abaixo de 0,5 em um fator e itens com cargas cruzadas (acima de 0,5 em mais de um fator). A cada exclusão, o procedimento foi seguido desde o início nesta ordem de análise, sempre considerando o método de componentes principais e rotação Varimax.

Matrizes com muitas linhas e colunas tornam a análise visual dos índices e cargas relativamente difícil e, por isso, foram necessárias 16 extrações para chegar ao resultado final. Ao final das extrações foram identificados 3 fatores que corresponderam a 82,79 por cento da Variância Explicada, acima dos 60% indicados pela literatura (Hair *et al.*, 2005). Ao final, foi feita a avaliação da medida de confiabilidade interna de cada fator (Alpha de Cronbach), aceitando todos os fatores por terem os valores superiores a 0,6.

Analizamos os artigos referentes aos três fatores cujos autores e cargas fatoriais estão demonstrados na Tabela 6. Cada um dos fatores foi nomeado de acordo com os temas tratados nos artigos que os compõem. Esses fatores refletem os assuntos que vêm sendo explorados no âmbito do comportamento empreendedor e podem dar indícios de como este assunto vem sendo estudado na literatura.

Os artigos que compõem o **primeiro fator** dizem respeito às questões dos modelos de **intenção e autoeficácia**. No entanto, este fator também nos mostra o uso significativo da teoria do comportamento planejado para explicar o comportamento empreendedor, e do conceito de autoeficácia empreendedora (*entrepreneurial self-efficacy - ESE*). A autoeficácia explica o grau em que uma pessoa acredita nas suas próprias capacidades para desempenhar uma determinada tarefa. Trata-se de um traço de personalidade que influencia a motivação para realizar com as tarefas com alto desempenho e análise do grau de risco de uma determinada decisão. (Bandura, 1982).

A teoria de autoeficácia, que surgiu em 1977, faz a distinção entre a expectativa de eficácia e a expectativa de resultado. A expectativa de resultado define-se como a estimativa que o empreendedor faz de que determinado comportamento conduz a um determinado resultado, enquanto a expectativa de eficácia é a convicção de que ele próprio consegue realizar com sucesso, o comportamento necessário para produzir tais resultados. Assim, a expectativa de resultado e a expectativa de eficácia diferenciam-se porque o empreendedor pode acreditar que determinada ação conduz a determinado resultado, mas, se tiver dúvidas acerca da sua capacidade para realizar dessa ação, a crença inicial não influencia o seu comportamento (Bandura, 1977).

Bandura (1982) começou a investigar a autoeficácia como um antecessor ao comportamento, como uma pessoa que identifica uma oportunidade, cria um novo negócio, captar recursos, identificar o risco e a incerteza, com a finalidade de obter lucro. Estes empreendedores devem ser pessoas com forte intenção empreendedora, além de características individuais para obter sucesso de seu empreendimento. Bird (1988) define intenção como um estado de espírito em que a atenção do empreendedor está dirigida para atingir uma meta. Desta forma, entende-se que a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia.



Autor, Ano	Fator 1 Intenção e Autoeficácia	Fator 2 Orientação Empreendedora e Ambiente	Fator 3 Ação Empreendedora
Autio <i>et al.</i> (2001)	.953		
Schlaegel e Koenig (2014)	.948		
Armitage e Conner (2001)	.944		
Kolvereid e Isaksen (2006)	.943		
Peterman e Kennedy (2003)	.938		
Wilson <i>et al.</i> (2007)	.935		
Souitaris <i>et al.</i> (2007)	.931		
Krueger e Carsrud (1993)	.930		
Krueger (1993)	.930		
Krueger e Brazeal (1994)	.919		
Bird (1988)	.911		
Bandura (1997)	.910		
Zhao (2005)	.906		
Shapero e Sokol (1982)	.905		
Boyd e Vozikis (1994)	.905		
Bandura (1977)	.903		
Linan e Chen (2009)	.902		
Bandura (1986)	.880		
Chen (1998)	.879		
Kolvereid (1996)	.876		
Krueger <i>et al.</i> (2000)	.818		
Ajzen (1991)	.792		
Rauch <i>et al.</i> (2009)		.938	
Covin e Slevin (1991)		.905	
Covin e Slevin (1989)		.876	
Miller (1983)		.822	
Barney (1991)		.794	
Jensen (1976)		.792	
Busenitz e Barney (1997)			.849
Mcmullen e Shepherd (2006)			.845
Kirzner (1973)			.825
North (1990)			.782
Sarasvathy (2001)			.747
Schumpeter (1934)			.710
Autovalores	18.76	5.02	4.37
% Variância	55.16	14.77	12.86
% Variância Acumulada	55.16	69.93	82.79
Alpha de Cronbach	.983	.896	.888

Tabela 6. Análise fatorial exploratória (mostrado apenas cargas de 0.4 ou superior).

Fonte: Dados da pesquisa – Matriz de cocitação.



A intenção não coincide com a realização do comportamento, por isso surge a questão em desvendar a intenção e, assim, prever o comportamento empreendedor (Davidsson, 1995). Krueger (1993) explorou o empreendedorismo como um comportamento planejado intencional. Já Davidsson (1995) fez a análise da intenção empreendedora usando conjunto de três questões (“Já alguma vez pensou em criar o seu próprio negócio?”; “Considera que dentro de um ano vai criar a sua própria empresa?”; e “Considera que dentro de cinco anos vai criar a sua própria empresa?”). No estudo de Autio, Keeley, Klofsten e Ulfstedt (1997), a intenção empreendedora é apenas avaliada pela resposta à questão “Considera que dentro de um ano vai criar a sua própria empresa?”. Portanto, quando encontramos estudos que associam a autoeficácia e a intenção do empreendedor, encontra-se resultados que complementam a teoria do comportamento, como aspectos antecessores à ação.

A teoria da autoeficácia foi aplicada, por alguns autores, no estudo da intenção empreendedora. Como no modelo proposto de Davidsson (1995) e Autio *et al.* (2001) apresentam como principal determinante da intenção empreendedora a convicção individual. Este conceito é semelhante à percepção da autoeficácia, já apresentado noutros trabalhos teóricos (Boyd & Vozikis, 1994; Krueger & Brazael, 1994; Krueger & Carsrud, 1993).

Encontramos também estudos de investigação na área da intenção e do comportamento empreendedor como os de Scherer, Adams, Carley e Wiebe (1989), Krueger (1994) e Kolveried (1996). Davidsson (1995) refere-se à percepção da viabilidade desenvolvida no modelo de Shapero e à percepção de controle do comportamento, apresentada no modelo de Ajzen. Para esses autores, a intenção é tida como um conceito que avalia a percepção individual sobre a viabilidade da criação de um novo negócio.

Com relação a autoeficácia os investigadores questionam os indivíduos sobre se conseguem realizar com um determinado nível uma tarefa específica (as respostas são do tipo sim ou não) ou então questionam-nos, utilizando para o efeito uma escala de avaliação que pode variar entre a total certeza até à total incerteza, acerca do seu grau de confiança no desempenho de uma determinada tarefa (Lee & Bobko, 1994). Assim, foram incluídas outras afirmações adaptadas do trabalho de Kolveried (1996), com o objetivo de avaliar a autoeficácia empreendedora.

Os artigos que compreendem o **segundo fator** se relacionam à **orientação empreendedora** e ao **ambiente** que os empreendedores atuam. Destacou-se o papel dos recursos da empresa, a busca pela vantagem competitiva sustentável e os fatores de personalidade da liderança influenciando os resultados das empresas.

A orientação empreendedora é definida como uma dimensão estratégica representada pela propensão a assumir riscos de uma empresa, tendência a agir de maneiras competitivas e agressivas e pró-ativas, e confiar em inovações frequentes e extensas Covin e Slevin (1991). Jensen (1976) foi o primeiro a investigar a influência do ambiente da empresa com a orientação empreendedora e forneceu os achados em que os fatores do ambiente da empresa, tanto os aspectos internos (estrutura acionária) quanto os externos (de mercado) impacta na orientação do líder em tomar decisão e assumir riscos. Miller (1983) discutiu a personalidade do líder, a estrutura da organização e o planejamento estratégico, concluindo que em empresas simples, a orientação empreendedora seria determinado pelas características do líder; nas empresas de planejamento, a orientação seria facilitado por estratégias explícitas e bem integradas de mercado; nas empresas orgânicas, seria uma função do ambiente e da estrutura.

Covin e Slevin (1989) indicam que o desempenho entre pequenas empresas em ambientes hostis está positivamente relacionado a uma estrutura orgânica, uma orientação empreendedora e um perfil competitivo. Por outro lado, o desempenho estava positivamente relacionado a uma estrutura mecanicista, uma orientação empreendedora conservadora e um perfil competitivo caracterizado por uma gestão financeira conservadora. Barney (1991) afirma



que a vantagem competitiva sustentável é impactada pelos fatores de valor, consciência, imitabilidade e substituíbilidade, portanto a orientação empreendedora influencia na busca da vantagem competitiva sustentável

O **terceiro fator** remete ao esforço encontrado na literatura para explicar a **ação do empreendedor**. Foi encontrado o uso de viés e heurística na tomada de decisão, a comparação dos empreendedores com os gerentes de grandes empresas, o processo competitivo do empreendedor. Fica claro o uso de teorias de gestão e economia para oferecer uma explicação para o desenvolvimento, mudança e resultados institucionais oriundos da ação do empreendedor. Nota-se o surgimento das chamadas teorias da ação empreendedora.

Kirzner (1973), ao contrário de Shumpeter (1934), traz a visão do empreendedorismo como desregulador do equilíbrio; considera a atividade empreendedora como sendo sempre competitiva. Para esse autor o empresário é um tomador de decisão cujo papel surge do estado de alerta à oportunidades despercebidas e do conhecimento de mercado. Já North (1990) argumenta que os tipos de habilidades e conhecimentos promovidos pela estrutura de uma economia moldarão a direção da mudança e gradualmente alterarão a estrutura institucional. Então, o desenvolvimento institucional pode levar a um padrão de desenvolvimento dependente do caminho.

No entanto Busenitz e Barney (1997) afirmam que os empreendedores são mais suscetíveis ao viés e à heurística das decisões de uso do que os gerentes de grandes organizações. Examinaram também as diferenças entre empreendedores e gerentes de grandes organizações com relação a dois vieses e heurísticas: excesso de confiança (superestimando a probabilidade de estar certo) e representatividade (a tendência de generalizar demais a partir de algumas características ou observações). Portanto, o excesso de confiança pode ser benéfico na implementação de uma decisão específica e convencer os outros a também se entusiasmarem com ela. Sarasvathy (2001) inicia a teoria da ação empreendedora ressaltando que o desempenho da empresa depende da ação, isto é, da criação e da efetivação. E por fim, McMullen e Shepherd (2006) fornecem um modelo conceitual mais completo de ação empreendedora, contribuindo para uma compreensão mais profunda de importantes questões conceituais, como a natureza da oportunidade e o potencial de reconciliação filosófica entre estudiosos do empreendedorismo.

5 Considerações Finais

O tema comportamento empreendedor é de suma importância para o crescimento da sociedade, afinal a partir de seus esforços que a sociedade tem alcançado expressivos avanços. Ao pensarmos em tal situação, vale lembrar que na última década, cada vez mais a figura do empreendedor vem se tornando vital para tais avanços. Exemplo disso é o crescente número de startups que vêm surgindo no mercado, pois hoje a tecnologia permite a criação de um negócio sem grandes investimentos e com ampla possibilidade de divulgação e implementação ao redor do mundo.

Em linha com este pensamento, a bibliometria nos mostra que estudos sobre o tema do que vem a ser o centro desta revolução “o empreendedor”, e mais especificamente seu comportamento, vêm despertando o interesse da academia, haja visto que hoje ele pode ser dividido em três fases nas últimas décadas contando com um aumento de 65% desde 2011 até o presente período em relação aos anos anteriores, sendo a maior expressividade a partir de 2014, acompanhando assim a evolução do mercado.

Por certo como maior mercado capitalista, Estados Unidos desponta no número de pesquisa na área seguido de países como Inglaterra e Holanda, também no topo do capitalismo. A lei de Bratford nos mostra que poucos periódicos detêm a maior parte das publicações, assim



como a maior parte das publicações vêm de países anglo, trazendo uma relação entre potências econômicas e o interesse pelo tema.

Portanto, o tema vem ganhando o interesse da comunidade acadêmica e assim ganhando espaço entre o estudo sobre empreendedorismo, unindo conceitos de economia e psicologia com tendência a se expandir, uma vez que, acompanhando tendências de mercado, como vem acontecendo tende a aumentar, mostrando assim a importância deste trabalho em entender melhor o tema. Os achados corroboram com o direcionamento de estudos futuros que possam continuar investigando como o comportamento podem impactar os resultados do empreendedor e em quais contextos.

Referências

- Amarakoon, U., Weerawardena, J., Verreyne, M. and Teicher, J. (2019), "Entrepreneurial behaviour: a new perspective on the role of the HR professional", *Personnel Review*, Vol. 48 No. 7, pp. 1809-1829. <https://doi.org/10.1108/PR-03-2018-0087>
- Brookes, B.C. (1969). "Bradford's law and the bibliography of science". *Nature*, Vol. 224 No. 5223, pp. 953-956.
- Gruber, M., & MacMillan, I. C. (2017). Entrepreneurial Behavior: A Reconceptualization and Extension Based on Identity Theory. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 271–286. doi:10.1002/sej.1262
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.
- House, R., Hanges, P., Javidan, M., Dorfman, P. and Fueta, V. (Eds) (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Jones, P., Klapper, R., Ratten, V., & Fayolle, A. (2018). Emerging themes in entrepreneurial behaviours, identities and contexts. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 146575031877281. doi:10.1177/1465750318772811
- Lotka, A.J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of Washington Academy Sciences*, Vol. 16 No. 12, pp. 317-323.
- Okubo, Y. (1997). "Bibliometric indicators and analysis of research systems: methods and examples". Working Paper No. 1997/01, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, OECD Publishing, Paris. Acesso em 28/09/2019.
- Mensah, Y.M. and Chen, H.L. (2013). "Global clustering of countries by culture - an extension of the GLOBE study". Working Paper Series No. 2012-4, Rutgers University, CGAER.
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273–279. doi:10.1016/j.paid.2018.10.020
- Neto, R., Rodrigues, V. P., Polega, M., & Persons, M. (2018). Career adaptability and entrepreneurial behaviour in the K-12 classroom. *Teachers and Teaching*, 1–20. doi:10.1080/13540602.2018.1526783
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics? *Journal of Documentation*, Vol. 25 No. 4, pp. 348-349.
- Quevedo-Silva, F., Santos, E. B. A., Brandão, M. M., & Vils, L. (2016). Estudo bibliométrico: orientações sobre sua aplicação. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(2), 246-262.
- Serra, F. A. R., Ferreira, M. P., Guerrazzi, L. A. D. C., & Scaciotta, V. V. (2018). Doing bibliometric reviews for the Iberoamerican Journal of Strategic Management. *Iberoamerican Journal Of Strategic Management*, 17(03), 01-16.



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



- Vogel, R., & Güttel, W. H. (2013). The dynamic capability view in strategic management: a bibliometric review. *International Journal of Management Reviews*, 15(4), 426-446.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.